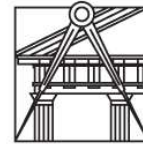




**Politécnico
Castelo Branco**

Escola Superior
de Artes Aplicadas



FACULDADE DE ARQUITETURA
LISBON SCHOOL OF ARCHITECTURE

UNIVERSIDADE DE LISBOA

O impacto do Design Editorial no fomento da leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários

Estágio na RVJ Editores

Rosa Mafalda Soares Oliveira

Nº20201347

Orientador

Isabel Lopes de Castro

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco e Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico, realizada sob a orientação científica da Professora Especialista Isabel Lopes de Castro, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Outubro 2025

Composição do júri

Presidente do júri

Doutor, João Vasco Matos Neves

Professor Coordenador na Escola Superior de Artes Aplicadas
do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Especialista, Ana Isabel e Sousa do Carmo

Professora Adjunta na Escola Superior de Artes Aplicadas
do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Especialista, Isabel Lopes de Castro

Professora Adjunta Convidada na Escola Superior de Artes Aplicadas
do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Dedicatória

Aos meus pais por tornarem tudo possível,

À Bennie por toda a companhia,

E aos meus anjinhos Pluto e Kika.

Agradecimentos

Começo por agradecer à minha orientadora, a Professora Especialista Isabel Castro, pelo auxílio e disponibilidade no desenvolvimento de todo o projeto.

Agradeço também a todos os meus amigos e colegas do mestrado.

Agradeço a toda a equipa da RVJ Editores, especialmente à Carine Pires, André Antunes, João Carrega e Francisco Carrega por me terem proporcionado esta oportunidade de estágio.

Por fim, agradeço também a todos os docentes da licenciatura e do mestrado por toda a aprendizagem.

Resumo

O presente relatório foi elaborado no âmbito da unidade curricular de Projeto ou Estágio em Design de Comunicação para o Mestrado em Design Gráfico, ministrado na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco em associação com a Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, com o objetivo de desenvolver um estágio em design gráfico, na área do design editorial na RVJ Editores.

O ponto de partida escolhido para o desenvolvimento da investigação foi a temática da leitura de jornais, especificamente sobre o jornal Ensino Magazine e a necessidade de angariar leitores jovens. Esta investigação tem como objetivo o estudo deste problema através da intervenção do Design Gráfico, e como objeto de estudo o desenvolvimento de um projeto gráfico que permita manter e conquistar novos leitores jovens para este jornal.

Assim, a presente investigação pretende definir a problematização existente através da criação de um tópico investigativo, de objetivos gerais e específicos, de um argumento e de uma metodologia de investigação, que se encontra dividida em fases: exploratória, onde será realizada o enquadramento teórico; generativa, feita através do estágio, de estudo de casos e da criação prática do projeto; e avaliativa, onde haverá a atribuição de uma avaliação positiva ou negativa por parte de outros investigadores e utilizadores.

Palavras chave

Design Gráfico; Design Editorial; Design de jornal; Identidade Visual; Leitura de jornais.

Abstract

This report was prepared as part of the Communication Design Project or Internship course for the Master's Degree in Graphic Design, taught at the School of Applied Arts of the Polytechnic Institute of Castelo Branco in association with the Faculty of Architecture of the University of Lisbon, with the aim of developing an internship in graphic design in the area of editorial design at RVJ Editores.

The starting point chosen for the development of the research was the theme of newspaper reading, specifically the newspaper Ensino Magazine and the need to attract young readers. This research aims to study this problem through the intervention of Graphic Design, and as an object of study, the development of a graphic project that allows the newspaper to maintain and attract new young readers.

Thus, this research aims to define the existing problem through the creation of a research topic, general and specific objectives, an argument and a research methodology, which is divided into phases: exploratory, where the theoretical framework will be established; generative, carried out through the internship, case studies and the practical creation of the project; and evaluative, where a positive or negative evaluation will be assigned by other researchers and users.

Keywords

Graphic Design; Editorial Design; Newspaper design; Visual Identity; Reading newspapers.

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

AENACB – Agrupamento de Escolas Nuno Álvares de Castelo Branco

CCVF – Ciência Viva da Floresta

ESACB – Escola Superior Agrária de Castelo Branco

ESALD – Escola Superior de Saúde Dr. Lopes Dias

ESART – Escola Superior de Artes Aplicadas

ESECB – Escola Superior de Educação de Castelo Branco

ESTCB – Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco

ETEPA – Escola Tecnológica e Profissional Albicastrense

IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco

SMAS – Serviços Municipalizados de Castelo Branco

UBI – Universidade da Beira Interior

Índice geral

Composição do júri	III
Agradecimentos	VII
Resumo	IX
Palavras chave	IX
Abstract	XI
Keywords	XI
Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos	XIII
Índice geral	XIV
Índice de figuras	XIX
Índice de gráficos	XLI
Índice de tabelas	XLVI
Capítulo I - Introdução	1
1.1 Enquadramento.....	1
1.1.1 Temática.....	1
1.1.2 Objeto de estudo.....	2
1.2 Tópico Investigativo.....	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivos Gerais.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 Argumento.....	3
1.5. Metodologia da investigação	4
1.5.1 Organograma do processo investigativo	5
1.5.2 Estrutura do documento.....	6
Capítulo II – Investigação não intervencionista	7
2.1 Enquadramento Teórico.....	7
2.1.1 Diagrama de Venn do enquadramento teórico.....	8
2.2 Design de Comunicação	9
2.3 Design Editorial	10
2.3.1 Publicação periódica	11
2.3.2 Publicação impressa vs. publicação digital	11
2.3.3 Constituintes de um projeto gráfico: jornal.....	13

2.3.3.1 Identidade visual	13
Personalidade da marca	13
Missão, visão e valores	14
Marca gráfica	14
Tipografia e logótipo/marca gráfica	14
Cor	15
2.3.3.2 Capa, cabeçalho e chamadas de capas.....	16
2.3.3.3 Funções do texto.....	18
2.3.3.4 Sistema de grelha.....	21
2.3.3.5 <i>Layout</i>	27
2.3.3.6 Tipografia.....	28
Escala tipográfica	28
Legibilidade e leitura.....	29
Composição de texto	29
2.3.3.7 Imagética.....	30
2.3.3.8 Grafismo.....	31
2.3.3.9 Estrutura editorial	31
2.4 Projeto gráfico.....	31
2.5 Hábitos de leitura de jornais em Portugal	32
2.6 Síntese do capítulo.....	35
Capítulo III – Investigação Ativa	39
3.1 Caracterização da Empresa	39
3.1.1 Historial da empresa.....	40
3.1.2 Serviços e Portfólio.....	40
3.1.3 Posicionamento no mercado e Clientes	43
3.1.4 Mercado Concorrencial.....	43
3.2 O Estágio.....	44
3.2.1 Estrutura organizacional da empresa.....	44
3.2.2 Calendário de Projetos	44
3.3 Projetos desenvolvidos	47
3.3.1 Grandes Projetos	47
3.3.2 Pequenos Projetos	65
3.3.3 Apoio técnico	106

3.4 Estudo de casos.....	120
3.4.1 Público	120
3.4.2 Jornal de Leiria	133
3.4.3 Jornal do Fundão	144
3.4.4 The Guardian.....	154
3.4.5 Libération.....	164
3.4.6 Síntese do capítulo	174
3.5 Redesign do jornal Ensino Magazine	175
3.5.1 Pesquisa.....	175
3.5.1.1 Contextualização.....	175
3.5.1.2 Missão, visão e valores.....	176
3.5.1.3 Análise da identidade visual atual e projeto gráfico	176
3.5.1.4 Sistema de grelha	181
3.5.1.5 Layout	182
3.5.1.6 Funções do texto.....	188
3.5.1.7 Imagética.....	188
3.5.1.8 Estrutura editorial	189
3.5.1.9 Suportes de comunicação impressos.....	192
3.5.1.10 Suportes de comunicação digitais.....	192
3.5.2 Análise e diagnóstico	197
3.5.2.1 Análise SWOT	198
3.5.2.2 Perfil editorial	198
3.5.2.3 Questionário referente ao projeto gráfico atual do Ensino Magazine.....	199
3.5.3 Desenvolvimento projetual	201
3.5.3.1 Personalidade da marca	201
3.5.3.2 <i>Moodboard</i>	201
3.5.3.3 Esboços e estudos da marca gráfica	203
3.5.3.3.1 Seleção e construção da marca gráfica.....	208
3.5.3.3.2 Testes de resistência da marca gráfica	209
3.5.3.3.3 Cor	215
3.5.3.4 Jornal impresso.....	216
3.5.3.4.1 Testes de composição	216
3.5.3.4.2 Sistema de grelha e mancha tipográfica	218

3.5.3.4.3 Funções do texto e escolha tipográfica.....	222
3.5.3.4.4 Cor	224
3.5.3.4.5 Proposta de publicação – Jornal	225
3.5.3.4.6 Proposta de publicação – Suplemento	233
3.5.3.5 Newsletter.....	236
3.5.3.6 Website	238
3.5.3.7 <i>Templates</i> para redes sociais.....	242
3.5.4 Questionário referente à nova marca gráfica e novo projeto gráfico 247	
3.5.5 Manual de identidade visual e livro de estilos	250
3.6 Síntese do capítulo.....	250
Capítulo IV - Conclusão.....	252
4.1 Conclusões	252
4.2 Recomendações	254
Referências Bibliográficas	255
Apêndices	270
Anexos	334

Índice de figuras

Figura 1 — Organograma do desenho de investigação. (Fonte: Autora, 2025).	5
Figura 2 — Diagrama de Venn do Enquadramento Teórico. (Fonte: Autora, 2025).	8
Figura 3 — Modelo de Aaker referente à Personalidade da Marca. (Fonte: Autora, 2025, baseado em Aaker, 1997).	13
Figura 4 — Sistemas de cor. (Fonte: LinkedIn, 2021).	16
Figura 5 — Exemplo de grelha utilizada por Karl Gerstner em 1963 na revista Capital. (Fonte: MS-Studio, 2018).	21
Figura 6 — Exemplo de usos da grelha proposta por Karl Gerstner em 1963 para a revista Capital. (Fonte: Medium, 2017).	22
Figura 7 — Exemplo de <i>layouts</i> da publicação Neue Grafik/New Graphic Design/Graphisme Actuel de 1958–1965. (Fonte: Lars Müller Publishers, 2014).	22
Figura 8 — Grelha simétrica. (Fonte: Autora, 2025).	23
Figura 9 — Grelha assimétrica. (Fonte: Cardoso, 2017).	24
Figura 10 — Grelhas de colunas. (Fonte: Cardoso, 2017).	24
Figura 11 — Grelha Modular. (Fonte: Cardoso, 2017).	25
Figura 12 — Grelha de construção. (Fonte: Cardoso, 2017).	25
Figura 13 — Grelha de linhas de base, representada a magenta. (Fonte: Castro, 2023).	26
Figura 14 — Componentes da grelha. (Fonte: Castro, 2023).	27
Figura 15 — Hábitos de leitura de jornais dos jovens universitários. (Fonte: Yubero et al., 2014).	33
Figura 16 — Consumo dos media no <i>smartphone</i> . (Fonte: Ligeiro, 2022).	34
Figura 17 — Meios que os jovens universitários utilizam para se informarem via <i>smartphone</i> . (Fonte: Ligeiro, 2022).	35
Figura 18 — Marca gráfica da RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, 2024).	39
Figura 19 — Lista de jornais editados pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).	40
Figura 20 — Lista de revistas editadas pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).	41
Figura 21 — Lista de produtos de design gráfico editados pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).	42
Figura 22 — Lista de marcas gráficas criadas pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).	42

Figura 23 — Calendário de grandes projetos realizados pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	44
Figura 24 — Calendário de pequenos projetos realizados pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	45
Figura 25 — Calendário de apoio técnico realizado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	46
Figura 26 — Capa da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	48
Figura 27 — Primeira página da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	49
Figura 28 — Páginas da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	49
Figura 29 — <i>Layout</i> da capa utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	50
Figura 30 — Novo projeto gráfico: <i>layout</i> das páginas 8 e 9, utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	50
Figura 31 — <i>Mockup</i> da capa utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	51
Figura 32 — <i>Mockup</i> das páginas 8 e 9, utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).....	51
Figura 33 — <i>Layout</i> da capa utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	52
Figura 34 — <i>Layout</i> da ficha técnica e folha de rosto, utilizadas no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	53
Figura 35 — <i>Layout</i> das páginas 4 e 5, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	53
Figura 36 — <i>Layout</i> das páginas 6 e 7, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	54
Figura 37 — <i>Mockup</i> da capa utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	54
Figura 38 — <i>Mockup</i> da ficha técnica e folha de rosto, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	55
Figura 39 — <i>Mockup</i> das páginas 4 e 5, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	55
Figura 40 — <i>Mockup</i> das páginas 6 e 7, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).....	56
Figura 41 — <i>Layout</i> utilizado no boletim informativo “Proença em Revista” do 1º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).....	57

Figura 42 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Cultura, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	57
Figura 43 — <i>Mockup</i> de uma página da seção Cultura e o separador de Destaque, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	58
Figura 44 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Destaque, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	58
Figura 45 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Desporto, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	59
Figura 46 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Ação Social, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	59
Figura 47 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Ambiente, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	60
Figura 48 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Economia & Desenvolvimento, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	60
Figura 49 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção CCVF, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	61
Figura 50 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Factos e Eventos, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	61
Figura 51 — <i>Mockup</i> de duas páginas da seção Proença na Imprensa, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	62
Figura 52 — <i>Mockup</i> da capa proposta para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	63
Figura 53 — <i>Mockup</i> das páginas 2 e 3, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	63
Figura 54 — <i>Mockup</i> das páginas 8 e 9, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	64
Figura 55 — <i>Mockup</i> das páginas 12 e 13, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	64

Figura 56 — <i>Mockup</i> das páginas 18 e 19, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).	65
Figura 57 — Propostas de <i>layouts</i> realizados para o calendário da freguesia de Sarnadas de S. Simão. (Fonte: Autora, 2024).	67
Figura 58 — Propostas de <i>layouts</i> realizado para o calendário da freguesia de Cambas. (Fonte: Autora, 2024).	67
Figura 59 — Cartoons antes de se realizado o tratamento de imagens, utilizados no livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	69
Figura 60 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	69
Figura 61 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	70
Figura 62 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	70
Figura 63 — Imagem original antes da ilustração, utilizada no livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	71
Figura 64 — Ilustração realizada através de uma fotografia, proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	71
Figura 65 — Capas propostas para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	72
Figura 66 — Capa completa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	72
Figura 67 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	73
Figura 68 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	73
Figura 69 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	73
Figura 70 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).	74
Figura 71 — Fotografias realizadas para o evento Formula Student Portugal 2024, do dia 6 de setembro. (Fonte: Autora, 2024).	75
Figura 72 — Fotografias realizadas para o evento Formula Student Portugal 2024, do dia 7 de setembro. (Fonte: Autora, 2024).	75
Figura 73 — Vídeo criado para o evento Formula Student Portugal 2024. (Fonte: Youtube, 2024).	76
Figura 74 — Grafismo criado para o vídeo promocional do evento Formula Student Portugal 2024. (Fonte: Autora, 2024).	76

Figura 75 — Cartaz proposto para a comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	78
Figura 76 — <i>Mockup</i> do cartaz proposto para a comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	78
Figura 77 — Imagem utilizada no vídeo da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	79
Figura 78 — Imagem utilizada no vídeo da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	79
Figura 79 — Imagem utilizada no vídeo da conferência da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	80
Figura 80 — Imagem utilizada no vídeo da conferência da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).....	80
Figura 81 — Imagens utilizadas no vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco” (Fonte: Autora, 2024).....	81
Figura 82 — Imagens utilizadas no vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco” (Fonte: Autora, 2024).....	82
Figura 83 — Grafismo criado para o vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2024).	82
Figura 84 — Capa introdutória para o vídeo “Entrega da Bandeira Verde à Escola Básica Cidade de Castelo Branco da AENACB”. (Fonte: Autora, 2024). .	83
Figura 85 — Primeiro <i>layout</i> proposto para o cartaz do magusto para a freguesia de Penha Garcia. (Fonte: Autora, 2024).	84
Figura 86 — Segundo <i>layout</i> proposto para o cartaz do magusto para a freguesia de Penha Garcia. (Fonte: Autora, 2024).	85
Figura 87 — Logótipo original de Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Facebook, 2024).....	86
Figura 88 — Propostas de <i>layout</i> desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).....	86
Figura 89 — <i>Layouts</i> desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).....	87
Figura 90 — <i>Layouts</i> desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).....	87
Figura 91 — Primeira imagem do vídeo para João Carrega. (Fonte: Autora, 2025).	88
Figura 92 — Última imagem do vídeo para João Carrega. (Fonte: Autora, 2025).	88
Figura 93 — Primeira proposta de <i>layout</i> para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).	89

Figura 94 — Segunda proposta de <i>layout</i> para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).	90
Figura 95 — Terceira proposta de <i>layout</i> para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).	90
Figura 96 — Grafismo inicial do vídeo da entrevista do reitor da UBI. (Fonte: Autora, 2025).	91
Figura 97 — Grafismo final do vídeo da entrevista do reitor da UBI. (Fonte: Autora, 2025).	91
Figura 98 — Primeiro segmento com legendas utilizadas no vídeo “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2025).	92
Figura 99 — Segundo segmento com legendas utilizadas no vídeo “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2025).	93
Figura 100 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a publicidade para a RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).	94
Figura 101 — <i>Mockup</i> da proposta de <i>layout</i> para a publicidade para a RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).	95
Figura 102 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a primeira página da edição do 27.º aniversário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	96
Figura 103 — Maqueta da proposta de <i>layout</i> para a primeira página da edição do 27.º aniversário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	96
Figura 104 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a capa do livro “Alcunha dos Penamacorenses”. (Fonte: Autora, 2025).	97
Figura 105 — <i>Mockup</i> da proposta de <i>layout</i> para o anúncio dos serviços gráficos da RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).	98
Figura 106 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a capa do livro “Pensas que só acontece aos outros?! / Narrativa e análise crítica de um percurso de doença oncológica”. (Fonte: Autora, 2025).	99
Figura 107 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”. (Fonte: Autora, 2025).	101
Figura 108 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”. (Fonte: Autora, 2025).	102
Figura 109 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a capa do livro “Turismo e património cultural no Alentejo: Motivações e experiências do turista português”. (Fonte: Autora, 2025).	103
Figura 110 — Proposta de <i>layout</i> desenvolvida para a capa do livro “Itinerários turísticos: Perspetivas sobre planeamento e gestão”. (Fonte: Autora, 2025).	103

Figura 111 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”. (Fonte: Autora, 2025).....	105
Figura 112 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”. (Fonte: Autora, 2025).	105
Figura 113 — Imagem de Siza Vieira antes de ser realizado o tratamento de imagem. (Fonte: Autora, 2024).....	106
Figura 114 — Imagem de Siza Vieira após ser realizado o tratamento de imagem. (Fonte: Autora, 2024).....	107
Figura 115 — Interface Umbraco sobre um tema. (Fonte: Autora, 2025).	108
Figura 116 — Interface Umbraco sobre o título e resumo de uma notícia. (Fonte: Autora, 2025).....	108
Figura 117 — Interface Umbraco sobre uma notícia. (Fonte: Autora, 2025)..	109
Figura 118 — Arte-final do calendário de 2025 proposto para a empresa Casa Zeferino. (Fonte: Autora, 2024).	110
Figura 119 — Primeira imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	112
Figura 120 — Segunda imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	112
Figura 121 — Terceira imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	113
Figura 122 — Quarta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	113
Figura 123 — Quinta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	113
Figura 124 — Sexta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	114
Figura 125 — Sétima imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	114
Figura 126 — Oitava imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	114
Figura 127 — Nona imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	115
Figura 128 — Décima imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	115
Figura 129 — Décima primeira imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	115

Figura 130 — Décima segunda imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	116
Figura 131 — Décima terceira imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	116
Figura 132 — Décima quarta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	116
Figura 133 — Décima quinta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	117
Figura 134 — Décima sexta imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	117
Figura 135 — Décima sétima imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).....	118
Figura 136 — Uma publicação para as redes sociais do Ensino Magazine da seção “Motor”. (Fonte: Autora, 2025).....	119
Figura 137 — Uma publicação para as redes sociais do Ensino Magazine da seção “Universidade”. (Fonte: Autora, 2025).....	119
Figura 138 — Logótipo do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).	121
Figura 139 — Primeiras páginas do jornal Público nas edições de agosto a dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Público, 2025).....	122
Figura 140 — Funções do texto do jornal Público no <i>spread</i> das páginas 40 e 41 da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	123
Figura 141 — Sistema de grelha do jornal Público no <i>spread</i> das páginas 40 e 41 da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	124
Figura 142 — Fonte tipográfica Publico (Roman). (Fonte: Xavier, 2022).....	124
Figura 143 — Fonte tipográfica Publico (Light, Bold, Roman) e Publico banner (Regular, Bold, Light). (Fonte: Xavier, 2022).	125
Figura 144 — Fonte tipográfica Giorgio Sans (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).	125
Figura 145 — Fonte tipográfica Graphik (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).	125
Figura 146 — Fonte tipográfica Popular (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).	126
Figura 147 — <i>Spread</i> da seção “Destaque” da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	127
Figura 148 — <i>Spread</i> da seção “Espaço Público” da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	127
Figura 149 — <i>Spread</i> da seção “Ficar/Guias” da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	128

Figura 150 — <i>Spread</i> da seção “Desporto” da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).	128
Figura 151 — Página inicial do <i>website</i> do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).	129
Figura 152 — Página “Edição impressa” do <i>website</i> do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).	130
Figura 153 — Página “Edição impressa” de 31 de janeiro de 2025 do <i>website</i> do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).	130
Figura 154 — Instagram do jornal Público. (Fonte: Instagram, 2025).	131
Figura 155 — X do jornal Público. (Fonte: X, 2025).	131
Figura 156 — Facebook do jornal Público. (Fonte: Facebook, 2025).	132
Figura 157 — Youtube do jornal Público. (Fonte: Youtube, 2025).	132
Figura 158 — Logótipo do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).	133
Figura 159 — Fonte “Guardian Egyptian”, utilizada no Jornal de Leiria. (Fonte: Fontke, 2025).	134
Figura 160 — Cores a utilizar em cada seção do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).	134
Figura 161 — Primeiras páginas do Jornal de Leiria nas edições de dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).	135
Figura 162 — Funções do texto do Jornal de Leiria no <i>spread</i> das páginas 4 e 5 da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	137
Figura 163 — Sistema de grelha do Jornal de Leiria no <i>spread</i> das páginas 4 e 5 da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	138
Figura 164 — <i>Spread</i> da seção “Economia” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	139
Figura 165 — <i>Spread</i> da seção “Desporto” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	139
Figura 166 — <i>Spread</i> da seção “Viver” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	140
Figura 167 — <i>Spread</i> da seção “Agenda” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).	140
Figura 168 — <i>Website</i> do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).	141
Figura 169 — Facebook do Jornal de Leiria. (Fonte: Facebook, 2025).	142
Figura 170 — Youtube do Jornal de Leiria. (Fonte: Youtube, 2025).	143
Figura 171 — Instagram do Jornal de Leiria. (Fonte: Instagram, 2025).	143
Figura 172 — Logótipo do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).	144

Figura 173 — Logótipo do Jornal do Fundão, utilizada no próprio <i>website</i> . (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).....	144
Figura 174 — Variantes do logótipo do Jornal do Fundão, utilizada no Facebook e Instagram. (Fonte: Facebook e Instagram, 2025).....	145
Figura 175 — Primeiras páginas do Jornal do Fundão nas edições de dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Sapo, 2025).....	146
Figura 176 — Funções do texto do Jornal do Fundão no <i>spread</i> das páginas 16 e 17 da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).	147
Figura 177 — Sistema de grelha do Jornal do Fundão no <i>spread</i> das páginas 16 e 17 da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).	148
Figura 178 — <i>Spread</i> da seção “Especial” da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).....	149
Figura 179 — <i>Spread</i> da seção “Atualidade” da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).	149
Figura 180 — <i>Spread</i> da seção “Intercidades” da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).	150
Figura 181 — <i>Spread</i> da seção “Opinião” da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).....	150
Figura 182 — Página inicial do <i>website</i> do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).	151
Figura 183 — Página “Quiosque” do <i>website</i> do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).....	152
Figura 184 — Facebook do Jornal do Fundão. (Fonte: Facebook, 2025).....	152
Figura 185 — Instagram do Jornal do Fundão. (Fonte: Instagram, 2025).	153
Figura 186 — Youtube do Jornal do Fundão. (Fonte: Youtube, 2025).	153
Figura 187 — Logótipo do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).	154
Figura 188 — Variante do logótipo do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).....	154
Figura 189 — Fonte Guardian Titlepiece. (Fonte: The Guardian Design, 2025).	155
Figura 190 — Cores utilizadas nas seções do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian Design, 2025).....	155
Figura 191 — Primeiras páginas do jornal The Guardian nas edições de janeiro e fevereiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).....	156
Figura 192 — Funções do texto do jornal The Guardian no <i>spread</i> das páginas 2 e 3 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).....	157

Figura 193 — Funções do texto do jornal The Guardian no <i>spread</i> das páginas 16 e 17 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).....	158
Figura 194 — Sistema de grelha do jornal The Guardian no <i>spread</i> das páginas 2 e 3 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).....	159
Figura 195 — <i>Spread</i> da seção “National” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).	160
Figura 196 — <i>Spread</i> da seção “News” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).....	160
Figura 197 — <i>Spread</i> da seção “Eyewitness” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).	161
Figura 198 — <i>Spread</i> da seção “World” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).....	161
Figura 199 — Página inicial do <i>website</i> do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).....	162
Figura 200 — Instagram do jornal The Guardian. (Fonte: Instagram, 2025)..	163
Figura 201 — Facebook do jornal The Guardian. (Fonte: Facebook, 2025)..	163
Figura 202 — Youtube do jornal The Guardian. (Fonte: Youtube, 2025).....	164
Figura 203 — Marca gráfica do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025). .	164
Figura 204 — Primeiras páginas do jornal Libération nas edições de janeiro e fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	166
Figura 205 — Funções do texto do jornal Libération no <i>spread</i> das páginas 12 e 13 da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	167
Figura 206 — Sistema de grelha do jornal Libération no <i>spread</i> das páginas 12 e 13 da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	168
Figura 207 — <i>Spread</i> da seção “Evento” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	169
Figura 208 — <i>Spread</i> da seção “Ambiente” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	169
Figura 209 — <i>Spread</i> da seção “Ideias” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	170
Figura 210 — <i>Spread</i> da seção “Cultura” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).....	170
Figura 211 — Página inicial do <i>website</i> do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025).	171
Figura 212 — Página “Edição impressa” do <i>website</i> do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025).....	171
Figura 213 — Instagram do jornal Libération. (Fonte: Instagram, 2025).....	172

Figura 214 — Facebook do jornal Libération. (Fonte: Facebook, 2025).....	172
Figura 215 — Youtube do jornal Libération. (Fonte: Youtube, 2025).	173
Figura 216 — Marca gráfica do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	177
Figura 217 — Fonte tipográfica Delicious (Roman). (Fonte: Autora, 2025)....	177
Figura 218 — Fonte tipográfica OCR-A BT (Roman). (Fonte: Autora, 2025). ..	177
Figura 219 — Fonte tipográfica IconBitOne. (Fonte: Autora, 2025).	178
Figura 220 — Fonte tipográfica IconBitTwo. (Fonte: Autora, 2025).	178
Figura 221 — Fonte tipográfica CD-Icons. (Fonte: Autora, 2025).	178
Figura 222 — Fonte tipográfica Cellpic. (Fonte: Autora, 2025).	178
Figura 223 — Fonte tipográfica Bebas Kai (Regular). (Fonte: Autora, 2025). ..	179
Figura 224 — Fonte tipográfica OCRB10PITCHBT. (Fonte: Autora, 2025). ..	179
Figura 225 — Primeiras páginas do jornal Ensino Magazine nas edições de agosto de 2024 a janeiro de 2025. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	180
Figura 226 — Primeiras páginas do suplemento Ensino Magazine Jovem das edições de agosto de 2024 a janeiro de 2025. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	181
Figura 227 — Sistema de grelha do jornal Ensino Magazine no <i>spread</i> das páginas 4 e 5 da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	182
Figura 228 — Páginas 2 e 3 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	183
Figura 229 — Páginas 4 e 5 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	184
Figura 230 — Páginas 16 e 17 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	184
Figura 231 — Páginas 26 e 27 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	185
Figura 232 — Páginas 28 e 29 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	185
Figura 233 — Páginas 32 e 33 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	186
Figura 234 — Páginas 34 e 35 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	186
Figura 235 — Páginas 4 e 5 da edição de abril de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	187

Figura 236 — Páginas 38 e 39 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	187
Figura 237 — Funções do texto do jornal Ensino Magazine no <i>spread</i> das páginas 4 e 5 da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	188
Figura 238 — Identificadores de seção do jornal Ensino Magazine da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	189
Figura 239 — Identificadores de seção do suplemento Ensino Magazine Jovem da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	189
Figura 240 — <i>Spread</i> da seção “Entrevista” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	190
Figura 241 — <i>Spread</i> da seção “Escola” e “Universidade” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	190
Figura 242 — <i>Spread</i> da seção “Politécnico” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	191
Figura 243 — <i>Spread</i> da seção “Opinião” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	191
Figura 244 — Página inicial do <i>website</i> do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	192
Figura 245 — Página “Edição impressa” do <i>website</i> do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	193
Figura 246 — Página “Loja virtual” do <i>website</i> do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).....	193
Figura 247 — Uma notícia no <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).	194
Figura 248 — <i>Newsletter</i> da edição de janeiro 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	195
Figura 249 — Instagram do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Instagram, 2025).	196
Figura 250 — Facebook do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Facebook, 2025).	196
Figura 251 — Grafismo utilizado nas publicações do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Facebook e Instagram, 2025).....	197
Figura 252 — Youtube do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Youtube, 2025). 197	
Figura 253 — <i>Moodboard</i> relativo à marca gráfica a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	202
Figura 254 — <i>Moodboard</i> relativo à marca gráfica a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	202

Figura 255 — <i>Moodboard</i> relativo ao projeto gráfico a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	203
Figura 256 — <i>Moodboard</i> relativo ao projeto gráfico a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	203
Figura 257 — Esboços em papel criados para a nova marca gráfica do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	204
Figura 258 — Esboços digitais criados para a nova marca gráfica do jornal Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).....	205
Figura 259 — Esboços digitais criados para a nova marca gráfica do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).....	206
Figura 260 — Diferentes tipos de composição da palavra Ensino Magazine, representados em caixa alta e baixa. (Fonte: Autora, 2025).....	207
Figura 261 — Diferentes tipos de composição das letras EM, representados em caixa alta e baixa. (Fonte: Autora, 2025).....	207
Figura 262 — Marca gráfica criada para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	208
Figura 263 — Marca gráfica criada para o jornal Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).....	208
Figura 264 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de balanceamento de espaço. (Fonte: Autora, 2025).....	209
Figura 265 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de cor. (Fonte: Autora, 2025).....	209
Figura 266 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de escala. (Fonte: Autora, 2025).....	210
Figura 267 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de caixas. (Fonte: Autora, 2025).....	210
Figura 268 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de pixels. (Fonte: Autora, 2025).....	211
Figura 269 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de desfocagem. (Fonte: Autora, 2025).....	211
Figura 270 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de diferentes partes. (Fonte: Autora, 2025).....	212
Figura 271 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de balanceamento de espaço. (Fonte: Autora, 2025).....	212
Figura 272 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de cor. (Fonte: Autora, 2025).....	213
Figura 273 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de escala. (Fonte: Autora, 2025).....	213

Figura 274 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de caixas. (Fonte: Autora, 2025).	214
Figura 275 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de pixels. (Fonte: Autora, 2025).	214
Figura 276 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de diferentes partes. (Fonte: Autora, 2025).	215
Figura 277 — Paleta de cores utilizada na marca gráfica do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	216
Figura 278 — Exemplo de <i>spreads</i> com diferentes composições tipográficas e posicionamento da imagética. (Fonte: Autora, 2025).	217
Figura 279 — Exemplo de <i>spread</i> com diferentes fontes tipográficas e posicionamento de caixas de texto. (Fonte: Autora, 2025).	218
Figura 280 — Sistema de grelha utilizado na primeira página do projeto gráfico do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	219
Figura 281 — Definições da <i>baseline grid</i> do projeto gráfico do Ensino Magazine, como apresentadas no programa Adobe InDesign. (Fonte: Autora, 2025).	219
Figura 282 — Sistema de grelha utilizado no miolo do projeto gráfico do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	220
Figura 283 — <i>Spread</i> da página mestra utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	221
Figura 284 — <i>Spread</i> da página mestra utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	221
Figura 285 — Família tipográfica da fonte Josefin Sans, utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	222
Figura 286 — Família tipográfica da fonte Abril Text, utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	223
Figura 287 — Paleta de cores utilizada no jornal impresso Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	224
Figura 288 — <i>Layout</i> desenvolvido para a composição do cabeçalho do projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	225
Figura 289 — <i>Layout</i> do cabeçalho desenvolvido para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	225
Figura 290 — <i>Layout</i> da primeira página desenvolvida para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	226
Figura 291 — Autor do texto, capitular, perguntas de entrevista, corpo de texto e citação destacada com nome do autor. (Fonte: Autora, 2025).	227
Figura 292 — Páginas 2, 3, 4 e 5 das seções “Publicidade”, “Entrevista” e “Universidade”. (Fonte: Autora, 2025).	228

Figura 293 — Páginas 6, 7, 8 e 9 das seções “Universidade” e “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).	228
Figura 294 — Páginas 10, 11, 12 e 13 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).	229
Figura 295 — Páginas 14, 15, 16 e 17 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).	229
Figura 296 — Páginas 18 e 19 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).	229
Figura 297 — Páginas 20 e 21 da seção “Opinião”. (Fonte: Autora, 2025).	230
Figura 298 — Caixa de destaque desenvolvida para a ficha técnica da edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	231
Figura 299 — Páginas 22, 23, 24 e 25 das seções “Entrevista” e “Propostas”. (Fonte: Autora, 2025).	231
Figura 300 — Páginas 26, 27 e 28 das seções “Unesco”, “Motor”, “Santander Universidades” e “Última”. (Fonte: Autora, 2025).	232
Figura 301 — <i>Mockup</i> da primeira página e <i>layout</i> desenvolvidos para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	232
Figura 302 — <i>Layout</i> criado para a primeira página do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	233
Figura 303 — <i>Layout</i> criado para o miolo do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	234
Figura 304 — <i>Mockup</i> da primeira página e <i>layout</i> desenvolvidos para o suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	234
Figura 305 — <i>Layout</i> criado para a primeira página do suplemento universitário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	235
Figura 306 — <i>Layout</i> criado para o miolo do suplemento universitário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	235
Figura 307 — <i>Mockup</i> da primeira página e <i>layout</i> desenvolvidos para o suplemento do Instituto Politécnico de Portalegre. (Fonte: Autora, 2025).	236
Figura 308 — <i>Layout</i> desenvolvido para a <i>newsletter</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	238
Figura 309 — Primeira parte da página inicial desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	239
Figura 310 — Uma parte da página inicial desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	239
Figura 311 — Página “Menu” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	240

Figura 312 — Página “Ensino Jovem” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	240
Figura 313 — Página “Entrevista” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	241
Figura 314 — Página “Saiba tudo sobre a prova: Ensino Magazine acelera no melhor Rali do país” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	241
Figura 315 — Página “Mario Kart World” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	242
Figura 316 — Página “Newsletter” desenvolvida para o <i>website</i> do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	242
Figura 317 — <i>Layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para as redes sociais Facebook e Instagram. (Fonte: Autora, 2025).	243
Figura 318 — Exemplo do uso do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para as redes sociais Facebook e Instagram. (Fonte: Autora, 2025).	244
Figura 319 — <i>Mockup</i> do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Instagram. (Fonte: Autora, 2025).	244
Figura 320 — <i>Mockup</i> do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Facebook. (Fonte: Autora, 2025).	245
Figura 321 — <i>Layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube. (Fonte: Autora, 2025).	245
Figura 322 — Exemplo do uso do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube. (Fonte: Autora, 2025).	246
Figura 323 — <i>Mockup</i> do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube na versão <i>desktop</i> . (Fonte: Autora, 2025).	246
Figura 324 — <i>Mockup</i> do <i>layout</i> desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube para a versão móvel. (Fonte: Autora, 2025).	247
Figura 325 — Primeira página desenvolvida para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	302
Figura 326 — Páginas 2 e 3 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	302
Figura 327 — Páginas 4 e 5 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	303
Figura 328 — Páginas 6 e 7 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	303

Figura 329 — Páginas 8 e 9 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	304
Figura 330 — Páginas 10 e 11 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	304
Figura 331 — Páginas 12 e 13 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	305
Figura 332 — Páginas 14 e 15 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	305
Figura 333 — Páginas 16 e 17 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	306
Figura 334 — Páginas 18 e 19 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	306
Figura 335 — Páginas 20 e 21 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	307
Figura 336 — Páginas 22 e 23 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	307
Figura 337 — Páginas 24 e 25 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	308
Figura 338 — Páginas 26 e 27 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	308
Figura 339 — Página 28 e primeira página do Ensino Magazine Jovem desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	309
Figura 340 — Páginas 30 e 31 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	309
Figura 341 — Página 32 e primeira página do suplemento universitário desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	310
Figura 342 — Páginas 34 e 35 desenvolvidas para o suplemento universitário da edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	310
Figura 343 — Última página desenvolvida para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	311
Figura 344 — Capa do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	312
Figura 345 — Índice do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	312
Figura 346 — Separador “A marca Ensino Magazine” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	313

Figura 347 — Página “A marca” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	313
Figura 348 — Página “A marca” referente ao Ensino Magazine do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025)..	314
Figura 349 — Página “A marca” referente ao Ensino Magazine Jovem do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	314
Figura 350— Separador “Identidade Visual” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	315
Figura 351 — Página “Versões da Identidade Visual” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	315
Figura 352 — Página “Dimensões mínimas e margens de segurança” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	316
Figura 353 — Página “Dimensões mínimas e margens de segurança” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	316
Figura 354 — Página “Cores principais” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	317
Figura 355 — Página “Versão monocromática” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	317
Figura 356 — Página “Versão monocromática” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).....	318
Figura 357 — Página “Comportamento sobre fundo de cor” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025)..	318
Figura 358 — Página “Comportamento sobre fundo de cor” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	319
Figura 359 — Página “Comportamento sobre fundos fotográficos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025)..	319
Figura 360 — Página “Comportamento sobre fundos fotográficos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025)..	320
Figura 361 — Página “Grafismo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	320
Figura 362 — Página “Grafismo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).....	321
Figura 363 — Página “Aplicações incorretas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	321

Figura 364 — Página “Aplicações incorretas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	322
Figura 365 — Página “Família tipográfica” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	322
Figura 366 — Separador “Livro de estilos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	323
Figura 367 — Página “Primeira página” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	323
Figura 368 — Página “Miolo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	324
Figura 369 — Página “Cabeçalho” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	324
Figura 370 — Página “Tipografia” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	325
Figura 371 — Página “Tipografia” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	325
Figura 372 — Página “Cabeças das páginas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	326
Figura 373 — Página “Antetítulos e títulos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	326
Figura 374 — Página “Antetítulos e títulos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	327
Figura 375 — Página “Corpo de texto” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	327
Figura 376 — Página “Corpo de texto” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	328
Figura 377 — Página “Intertítulo e olho” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	328
Figura 378 — Página “Citações” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	329
Figura 379 — Página “Capitulares e linha de créditos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	329
Figura 380 — Página “Destaques em caixa” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	330
Figura 381 — Página “Biblioteca de grafismos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).	330

Figura 382 — Página “Distâncias” referente à página esquerda no canto superior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	331
Figura 383 — Página “Distâncias” referente à página esquerda no canto inferior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	331
Figura 384 — Página “Distâncias” referente à página direita no canto superior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	332
Figura 385 — Página “Distâncias” referente à página direita no canto inferior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	332
Figura 386 — Página “Divisores de artigos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	333
Figura 387 — Contra-capá do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).....	333

Índice de gráficos

Gráfico 1 — Análise pragmática do género dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	270
Gráfico 2 — Análise pragmática da idade dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	270
Gráfico 3 — Análise pragmática sobre se os inqueridos são estudantes universitários do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	271
Gráfico 4 — Análise pragmática da instituição de ensino onde estudam os entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	271
Gráfico 5 — Análise pragmática do nível de escolaridade dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	272
Gráfico 6 — Análise pragmática do país de origem dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	272
Gráfico 7 — Análise pragmática de quantos entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	273
Gráfico 8 — Análise pragmática sobre como os entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	273
Gráfico 9 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	274
Gráfico 10 — Análise pragmática sobre o que os entrevistados gostariam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	274
Gráfico 11 — Análise pragmática sobre se os entrevistados lêem o suplemento Ensino Magazine Jovem do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	275
Gráfico 12 — Análise pragmática sobre a preferência do formato do Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	275
Gráfico 13 — Análise pragmática sobre o grau de recomendação do Ensino Magazine dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	276
Gráfico 14 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	276
Gráfico 15 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostariam de ler no Ensino Magazine Jovem do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	277
Gráfico 16 — Análise pragmática sobre o que poderia ser melhorado no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	277
Gráfico 17 — Análise pragmática sobre o que poderia ser melhorado no Ensino Magazine em resposta longa do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).	278

Gráfico 18 — Análise pragmática do género dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	279
Gráfico 19 — Análise pragmática da idade dos entrevistados do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	279
Gráfico 20 — Análise pragmática sobre se os inqueridos são estudantes universitários do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	280
Gráfico 21 — Análise pragmática da instituição de ensino que os entrevistados frequentam no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	280
Gráfico 22 — Análise pragmática do nível de escolaridade dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	281
Gráfico 23 — Análise pragmática do país de origem dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	281
Gráfico 24 — Análise pragmática de quantos entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	282
Gráfico 25 — Análise pragmática da classificação da marca gráfica atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	282
Gráfico 26 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a marca gráfica do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	283
Gráfico 27 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à marca gráfica atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	283
Gráfico 28 — Análise pragmática da classificação da marca gráfica atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	284
Gráfico 29 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a marca gráfica do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	284
Gráfico 30 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à marca gráfica atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	285
Gráfico 31 — Análise pragmática da classificação da primeira página atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	285
Gráfico 32 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a primeira página do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	286
Gráfico 33 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à primeira página atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	286

Gráfico 34 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da seção “Entrevista” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	287
Gráfico 35 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para o aspeto gráfico atual da seção “Entrevista” do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	287
Gráfico 36 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da seção “Entrevista” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	288
Gráfico 37 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da seção “Universidade” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	288
Gráfico 38 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para o aspeto gráfico atual da seção “Universidade” do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	289
Gráfico 39 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da seção “Universidade” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	289
Gráfico 40 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da seção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	290
Gráfico 41 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da seção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	290
Gráfico 42 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da seção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	291
Gráfico 43 — Análise pragmática da classificação da primeira página atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	291
Gráfico 44 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a primeira página do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	292
Gráfico 45 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à primeira página atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	292
Gráfico 46 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	293
Gráfico 47 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	293

Gráfico 48 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	294
Gráfico 49 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual do <i>website</i> do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	294
Gráfico 50 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do <i>website</i> do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	295
Gráfico 51 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual do <i>website</i> do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	295
Gráfico 52 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da <i>newsletter</i> do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	296
Gráfico 53 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do <i>website</i> do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	296
Gráfico 54 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da <i>newsletter</i> do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).	297
Gráfico 55 — Análise pragmática da implementação das propostas do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).....	297

Índice de tabelas

Tabela 1 — Comparação dos casos analisados. (Fonte: Autora, 2025).....	174
Tabela 2 – Análise SWOT do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).	198
Tabela 3 — Classificação do projeto já existente no jornal e do projeto gráfico criado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	248
Tabela 4 — Percentagem relativamente à resolução dos aspetos apontados na seção anterior com o projeto gráfico criado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).	249
Tabela 5 — Percentagem de respostas relativamente às sugestões dadas para o projeto já existente (a laranja e à esquerda) e para o projeto gráfico criado pela mestranda (a azul e à direita). (Fonte: Autora, 2025).	297

Capítulo I - Introdução

O presente relatório resulta da realização de um estágio realizado na RVJ Editores, no âmbito do segundo ano do Mestrado em Design Gráfico, em associação com a Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, que tem como objetivo a apresentação da investigação realizada utilizando todas as práticas e metodologias adquiridas ao longo do percurso académico da mestranda.

O objeto de estudo da investigação assenta no desenvolvimento de um projeto gráfico na área do design editorial, que tem como objetivo aumentar a leitura do jornal Ensino Magazine por parte dos jovens. A entidade para a realização do estágio foi escolhida pela mestranda devido à proximidade a alguns colaboradores e de forma a poder aprofundar competências na área do design editorial.

Este estágio teve a duração de sete meses, tendo ocorrido entre o início de setembro de 2024 e o final de março de 2025. A RVJ Editores trabalha nas áreas de design de comunicação, *branding*, edição de livros e marketing, embora mais especializada em design editorial. A mestranda trabalhou, na maioria do estágio, nas áreas do design de comunicação e do audiovisual.

A presente investigação terá benefícios, tanto para a mestranda, como para a empresa onde se realizou o estágio, como para a área do design editorial. Estes benefícios foram: a integração numa equipa com bastantes conhecimentos em design editorial e a atribuição de orientadores especializados nesta área, o que permitiu à mestranda adquirir competências nesta área que contribuiram para a sua investigação. Além disso, a investigação desenvolvida permitiu à mestranda utilizar todas as competências adquiridas ao longo do seu percurso académico, bem como aprofundar capacidades nas áreas da investigação e do design editorial.

A mestranda poderá também contribuir para o jornal Ensino Magazine ao aumentar o seu número de leitores universitários, através de um novo projeto gráfico.

Na área do design editorial haverá também benefícios, dado que futuros e atuais designers poderão ter igualmente interesse pela criação de soluções para aumentar o número de leitores de jornais.

1.1 Enquadramento

1.1.1 Temática

De forma a contextualizar a presente investigação, o enquadramento do relatório de estágio encontra-se dividido entre as seguintes áreas:

- **Campo:** Design Gráfico
- **Área:** Design Editorial

- **Tema:** Design Editorial e projeto gráfico para o jornal Ensino Magazine
- **Título:** O Impacto do Design Editorial no fomento da leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários
- **Tópico investigativo:** Criação de um projeto gráfico, que fomente a leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários

1.1.2 Objeto de estudo

O objeto de estudo escolhido para o desenvolvimento, tanto do estágio como da presente investigação, assenta no desenvolvimento de um projeto gráfico na área do design editorial, que tem como objetivo aumentar a leitura do jornal Ensino Magazine por parte dos jovens universitários.

A investigação desenvolvida terá como benefícios expectáveis o aumento do número de leitores devido ao incentivo à leitura de jornais através de um projeto gráfico, neste caso, o redesign do jornal Ensino Magazine. A investigação teve como público-alvo os “*estudantes universitários*” (Yubero, et al., 2014, p. 18), devido à diversidade de entretenimento que lhes é proporcionado (Neves, 2011), de forma a ser possível aumentar o número de leitores deste jornal, bem como da leitura através de fontes fidedignas (Barbosa, 2019, p. 32).

1.2 Tópico Investigativo

A RVJ Editores, empresa sediada em Castelo Branco, é editora do jornal Ensino Magazine, direcionado para os jovens universitários e adultos, bem como do complemento Ensino Magazine Jovem, direcionada para um público mais jovem.

No contexto atual, com o decréscimo da venda de jornais impressos e com a ascensão de outras formas de informação e entretenimento, estes públicos têm preferência por conteúdo gratuito e, até mesmo, interativo e vindo a optar por outros meios de comunicação. Considerando isto e de forma a consolidar os conhecimentos adquiridos em Design Editorial e obter novas competências nesta área, a mestranda, escolheu o estágio nesta empresa, de forma a poder colaborar em diversos projetos de Design Editorial tanto da RVJ Editores como do Ensino Magazine, desde a conceção até à implementação de cada projeto.

Neste sentido, foi desenvolvido o projeto gráfico e identidade visual para o jornal Ensino Magazine, assente no desenvolvimento de uma comunicação coerente e eficaz, de forma a angariar novos leitores para este jornal. Assim, o tópico investigativo é apresentado na seguinte questão:

Como pode a criação de um projeto gráfico fomentar a leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos Gerais

De uma forma geral, o relatório de estágio tem como objetivos gerais:

- Adquirir conhecimentos de design editorial ao nível do desenvolvimento de projetos gráficos;
- Desenvolver todo o processo criativo relativo a um produto de design editorial que permita incentivar a leitura do jornal Ensino Magazine por parte dos jovens universitários.

1.3.2 Objetivos Específicos

De uma forma mais específica, o estágio tem como objetivos:

- Aplicar conhecimentos de Design de Comunicação e de Design Editorial obtidos durante todo o percurso académico;
- Participar na realização de projetos editoriais, de maneira a entender as suas especificidades projetuais;
- Entender todo o processo da criação de um produto editorial através da aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo de todo o estágio;
- Criação de identidade visual e de projeto gráfico para o jornal Ensino Magazine;
- Aferir se o novo projeto gráfico fomenta a leitura do Ensino Magazine por parte dos jovens universitários.

1.4 Argumento

A RVJ Editores, empresa localizada em Castelo Branco, é editora do jornal Ensino Magazine, direcionado para os jovens universitários. Este jornal inclui também o suplemento Ensino Magazine Jovem, focado em notícias de formas de entretenimento para além da leitura.

Assim, através da realização do enquadramento teórico, juntamente com o tópico investigativo mencionado no capítulo 1.2, é possível reunir as metodologias necessárias para a formulação do argumento e, conseqüentemente, dará a resposta para o projeto a desenvolver:

A criação de um projeto gráfico para o jornal Ensino Magazine que possibilite um aumento do número de leitores jovens universitários.

1.5. Metodologia da investigação

A metodologia da investigação a desenvolver está dividida em três fases: exploratória, generativa e avaliativa, conforme evidenciado por Martin & Hanington (2012), de forma a ser possível compreender e facilitar o seu desenvolvimento e gestão da investigação, principalmente devido à sua dimensão (Figura 1).

Por conseguinte, a primeira fase da investigação, a fase exploratória, utiliza uma metodologia não intervencionista, centrada na fundamentação teórica e no estudo de casos (Martin & Hanington, 2012). Pretende-se destacar e debater pontos importantes que foram previamente investigados na literatura no âmbito de um determinado tema e tópico investigativo, bem como articular e reunir informação essencial no debate do tema.

Já a segunda fase, a fase generativa, consiste na realização da investigação ativa através do estágio e de cooperação de atividades (Martin & Hanington, 2012), bem como na criação prática do projeto com base em estudo de casos e em questionários, e na criação de protótipos (Martin & Hanington, 2012) no âmbito do design editorial.

Por fim, a terceira fase, a fase avaliativa (Martin & Hanington, 2012), consiste na atribuição de uma avaliação positiva e negativa por parte da empresa onde será realizado o estágio, e de outros investigadores, o que permitirá o aperfeiçoamento do projeto gráfico criado pela mestranda, enquanto contribui para a criação de futuros projetos de design gráfico. Haverá também a atribuição de uma avaliação positiva ou negativa por parte de leitores através da realização de questionários.

1.5.1 Organograma do processo investigativo

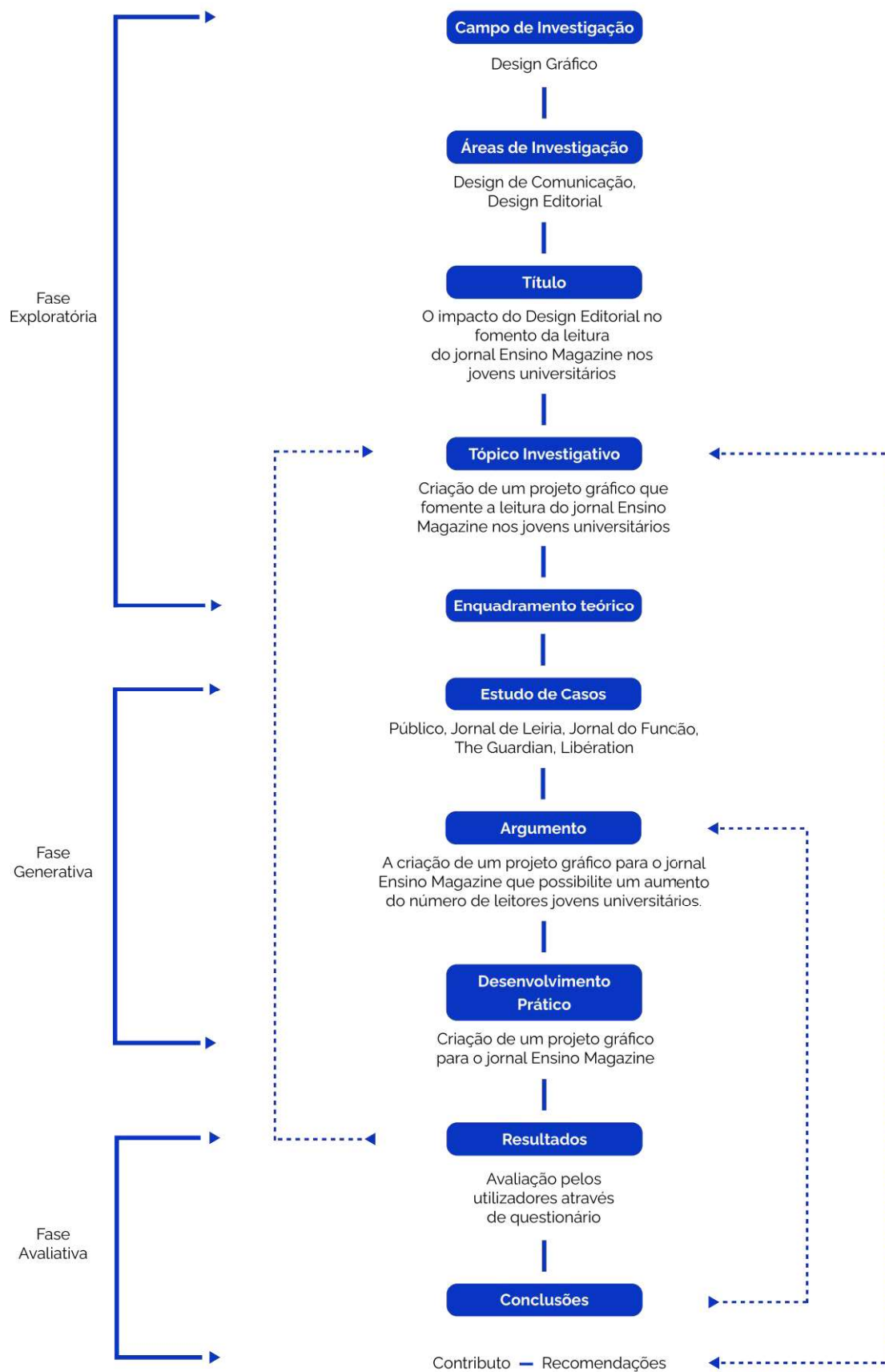


Figura 1 — Organograma do desenho de investigação. (Fonte: Autora, 2025).

1.5.2 Estrutura do documento

A estrutura do documento será dividida por fases e subfases. A primeira fase da investigação é centrada na introdução ao próprio documento, do enquadramento do problema, da temática do estágio, do objeto de estudo, do tópico investigativo, objetivos gerais e específicos, da metodologia da investigação, do organograma do processo investigativo e da estrutura do relatório de estágio.

Já na segunda fase, relativa à investigação não intervencionista, apresenta o enquadramento teórica da investigação a desenvolver com o diagrama de Venn.

Na terceira fase, relativa à investigação ativa, ocorre a caracterização da empresa onde se realizou o estágio (RVJ Editores), com a apresentação do historial da empresa, serviços e portfólio, posicionamento no mercado e clientes, mercado concorrencial, a estrutura organizacional da empresa, o próprio estágio com o calendário de projetos, projetos desenvolvidos nomeadamente os grandes projetos, pequenos projetos e apoio técnico. Neste capítulo foi realizado o estudo de casos, que considerou os jornais Público, Jornal de Leiria, Jornal do Fundão, The Guardian, Libération e, por fim, a síntese de todos os casos. Ainda, foi feito o redesign do jornal Ensino Magazine, assente na pesquisa, análise da identidade visual atual e projeto gráfico, análise e diagnóstico (análise SWOT, perfil editorial e questionário referente ao projeto gráfico atual), desenvolvimento projetual (personalidade da marca, *moodboard*, esboços e estudos da marca gráfica, seleção e construção da marca gráfica, testes de resistência da marca gráfica, cor, kit de normas gráficas, jornal impresso, testes de composição, sistema de grelha e mancha tipográfica, funções do texto e escolha tipográfica, cor, *layout* do Jornal e Suplemento, livro de estilos, *layout* de *newsletter*, *website* e *templates* para redes sociais) e um questionário referente ao novo projeto gráfico do Ensino Magazine. Por último, ocorre a síntese de todo o capítulo.

Por fim, na quarta fase da investigação são apresentados os resultados do projeto.

A investigação culmina na redação das conclusões tanto do estágio como do projeto prático, recomendações e disseminação da investigação desenvolvida.

Capítulo II – Investigação não intervencionista

O presente capítulo consiste na apresentação do enquadramento teórico dos temas necessários à elaboração do projeto gráfico, bem como do diagrama de Venn. No final do capítulo, é apresentada uma síntese de todas as temáticas, essenciais para alcançar os objetivos pretendidos para a investigação a desenvolver.

2.1 Enquadramento Teórico

O presente enquadramento teórico do relatório de estágio tem como objetivo a recolha, seleção, análise e síntese crítica de informação relativamente a diversas áreas do Design e de jornais, que precede a investigação ativa (Capítulo II).

Assim, serão abordados os seguintes temas: Design de Comunicação; Design Editorial (Publicação periódica; Publicação impressa vs. publicação digital); Constituintes de um projeto editorial: jornal (Identidade visual; Personalidade da marca; Missão, visão e valores; Marca gráfica/logótipo; Tipografia e logótipo/marca gráfica; Cor; Capa, cabeçalho e chamadas de capas; Funções do texto; Sistema de grelha; *Layout*; Tipografia; Escala tipográfica; Legibilidade e leiturabilidade; Composição de texto; *Tracking*; *Kerning*; Entrelinha; Alinhamento horizontal do texto; Hifenização; Imagética; Grafismo; Estrutura editorial); Projeto gráfico; e Hábitos de leitura de jornais em Portugal.

Para uma correta organização dos temas do enquadramento teórico, realizou-se um Diagrama de Venn com a junção de todas as temáticas (Figura 2).

2.1.1 Diagrama de Venn do enquadramento teórico

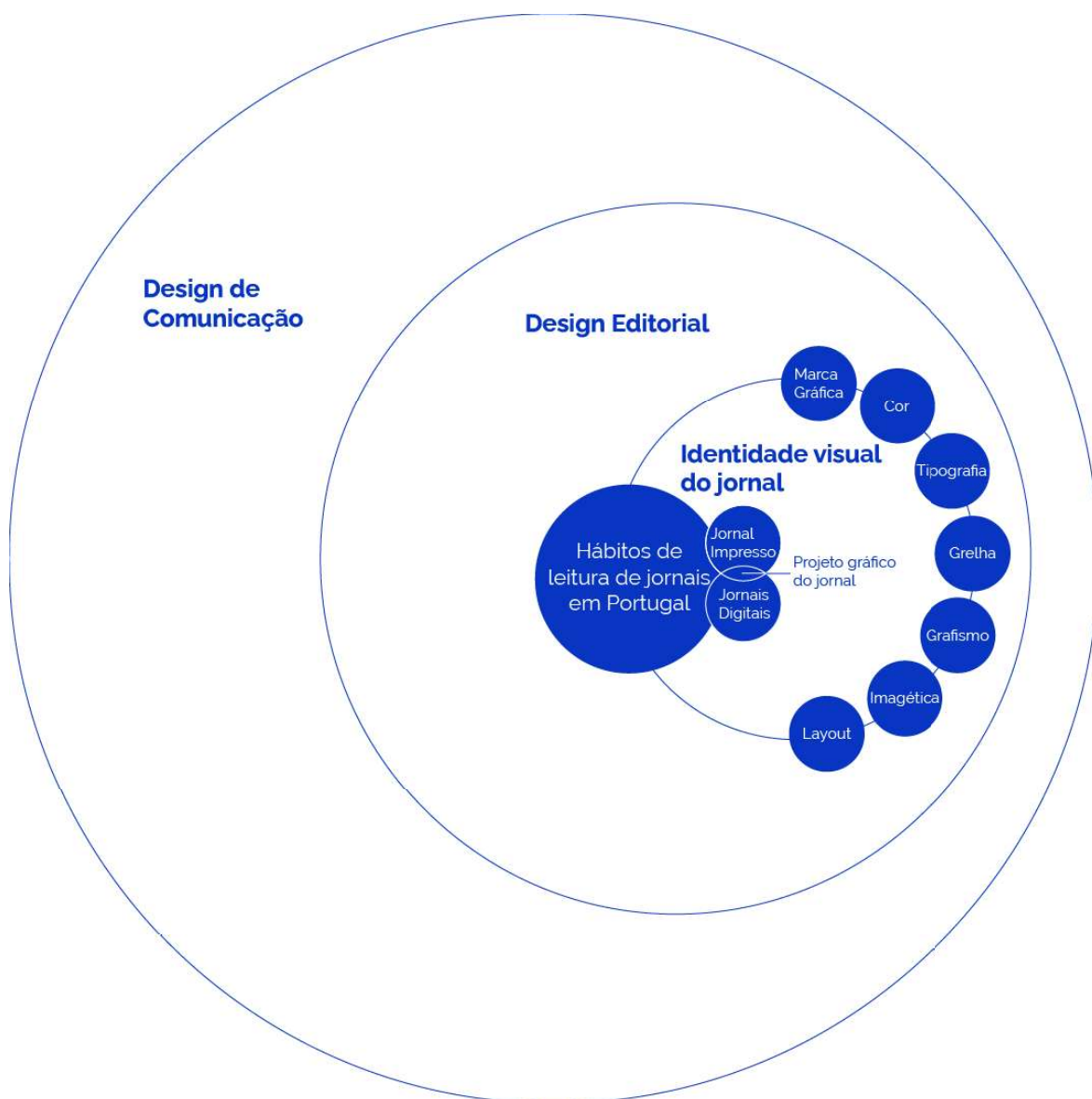


Figura 2 — Diagrama de Venn do Enquadramento Teórico. (Fonte: Autora, 2025).

2.2 Design de Comunicação

Hollis (2000) considera que a função do design gráfico é transmitir uma mensagem que seja facilmente perceptível pelo público-alvo e que o design gráfico tem o seu próprio idioma, formado pela gramática e vocabulário próprios, afirmando que existem três funções no design gráfico: a primeira é detetar um problema e a sua origem; a segunda é focada principalmente na informação e educação; e a terceira é a apresentação e difusão da mensagem.

Segundo Meggs e Purvis (2009), o termo foi mencionado pela primeira vez por William Addison Dwiggins em 1922, para apresentar os autores eram anteriormente conhecidos como “*commercial artists*”¹ (Dwiggins, 1922). Dwiggins (1922) considerava que um designer gráfico detinha a capacidade de definir estruturas e formas visuais em meios impressos.

Sasaki como citado em Forte (2019) afirmou que o design gráfico afeta as diversas áreas da sociedade, nomeadamente a nível cultural, social e económico. Este autor destaca também a importância de alguns autores do século XX, principalmente “*Piet Zwart, Jan Tschichold, László Moholy-Nagy e Joost Schmidt*” (Forte, 2019, p. 49), que permitiram a integração do design gráfico na Bauhaus, nomeadamente a nível tipográfico.

O design gráfico foi, também, considerado a área mais importante lecionada na Vkhutemas, dado que as instalações da escola detinham uma gráfica própria, onde era possível imprimir, livros, cartazes e anúncios desenvolvidos para difundir o movimento das vanguardas, mas também as ideias políticas. A gráfica era, também, utilizada em atividades organizadas por professores, que implicavam a criação de conteúdo gráfico para empresas estatais, o que permitiu ganhar a confiança do governo. As criações experimentais da escola conturbaram o design tradicional de livros, realizados também em fábricas locais (Matias e Santos, 2014).

Os elementos principais do design gráfico são compostos pela imagem e texto, que permitem a formação de uma determinada mensagem, independentemente do seu objetivo, que deve ser facilmente compreensível pelo público-alvo (Erlhoff & Marshall, 2008 como citado em Menezes, 2016).

O Design de Comunicação é uma área que possibilita a criação de jornais, revistas e livros, mas também permite a resolução de problemas ao conjugar a comunicação visual com capacidades e conhecimento nas diversas áreas da comunicação, tecnologia e negócios, entre outras (Forte, 2019).

Esta área consiste, também, em planear ideias e experiências através de experiências visuais e conteúdo textual, que podem apresentar imagens, palavras ou grafismos.

¹ Tradução livre: “William Addison Dwiggins chegou à expressão design gráfico em 1922, mas raramente era usada até depois da Segunda Guerra Mundial - até então os designers gráficos eram chamados de “artistas comerciais.”

Um jornal necessita de ser visualmente atrativo para cativar a atenção do público, de forma a angariar e manter novos leitores (Ames, 1989, como citado em Carvalheiro, 2012), fator que é alcançado através da utilização correta do design de comunicação nos jornais.

Este fator é obtido principalmente através da grelha (capítulo 2.3.3.4) e da hierarquia visual das páginas, compostas por tipografia (capítulo 2.3.3.6) e cor (capítulo 2.3.3.1), que em conjunto permitem a organização e impactam visualmente uma determinada página de um jornal (Carvalheiro, 2012). O design de comunicação permite aos jornais realçarem a “*filosofia, os objetivos, a cultura e a personalidade da empresa*” (Carnicel, 1999, p. 10) e distinguiem-se dos demais.

2.3 Design Editorial

O design editorial é uma sub área do design de comunicação que permite a elaboração de livros, jornais e revistas, e que consiste na composição gráfica de publicações tanto impressas como digitais. O design editorial atualmente tem como finalidade o entretenimento e a educação (Caldwell e Zappaterra, 2014), bem como a resolução de problemas que ocorrem também no design de comunicação (Figueira, 2015).

Esta área teve início na produção de livros, principalmente devido ao trabalho produzido pelos tipógrafos, cuja conceção de um exemplar era bastante prolongada, uma vez que exigia a escolha da tipografia, do suporte físico, do formato, dos acabamentos e da composição visual das diversas páginas (Damasceno, 2012). No entanto, a elaboração de revistas foi considerada o impulsionador da mudança no design editorial através dos autores “*Alexey Brodovich, Neville, Brody e David Carson*” (Louraço, 2016, pp. 65-66), por via do uso de novas técnicas e métodos de estilo (Louraço, 2016).

Tal como no design de comunicação, a comunicação visual é igualmente importante para o design editorial, uma vez que confere uma identidade própria à ideia a realizar (Louraço, 2016) e que pretende captar a atenção do leitor através da composição gráfica e de uma linguagem apelativa, principalmente para existir uma transmissão correta de uma determinada mensagem (Louraço, 2016).

No entanto, o objetivo principal de um produto editorial é a comunicação, cujas informações transmitem-se através dos cinco sentidos humanos: audição, visão, olfato, paladar e tato, bem como a utilização de uma linguagem própria através de texto ou de imagens que sejam adequadas para um determinado contexto (Bleicher, 2009).

Radfahrer (2000) como citado em Bleicher (2009, pp. 46-48), afirma que existem três categorias essenciais no design editorial: “*dados, informação e conhecimento*”, que se encontram interligados, uma vez que os dados quando se tornam relevantes através da sua informação, tornam-se conhecimento.

Os principais elementos do design editorial consistem na grelha, tipografia, *layout*, grafismo, imagética e cor, que permitem a inovação de cada produto.

2.3.1 Publicação periódica

“São publicações periódicas as publicações editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo. As publicações periódicas devem conter, na primeira página de cada edição, o título, a data, o período de tempo a que respeitam, o nome do diretor e o preço por unidade ou a menção da sua gratuidade”. (Diário da República, Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro)

Assim, uma publicação periódica, que poderá ser um jornal ou revista, revela estar associada a um determinado espaço de tempo, que poderá ser regular ou intermitente e ainda ter como lançamento datas fixas ou contínuas (Infopedia, s.d.).

Uma publicação periódica apresenta diversas edições cronológicas, independentemente de ser em suporte impresso ou digital (Universidade Federal do Ceará, 2022; Universidade Estadual de Campinas, 2007). O Sistema Integrado de Metainformação (2008) reforça, ainda, que uma publicação periódica apresenta diferentes intervalos de tempo de lançamento de um determinado número, *“podendo ser diária, semanal, quinzenal, bimensal, mensal, bimestral, trimestral, quadrimestral, semestral, anual ou outra”* (Sistema Integrado de Metainformação, 2022, para. 1).

2.3.2 Publicação impressa vs. publicação digital

Com a ascensão da internet, os jornais têm a capacidade de alcançar novas maneiras de comunicar com o público, nomeadamente em *websites* e redes sociais (Recuero, 2009 como citado em Barbosa, 2019), enquanto o impresso é também valorizado, embora tenha vindo a ser substituído gradualmente pela internet, fator devido a custos de produção (Lusa, 2022). No entanto, existem diferenças perante as publicações impressas e digitais.

A nível de custos de produção, ambas apresentam diferentes valores. Quanto aos custos de produção de jornais impressos, Lusa (2022) afirma que os jornais nas bancas portuguesas encareceram cerca de 10 cêntimos devido a custos de produção associados às matérias-primas, principalmente ao *“custo do papel, e do maior investimento em talento e conteúdos de qualidade”* (Lusa, 2022). Quintanilha (2018) afirma que a venda do número de jornais impressos tem vindo a diminuir progressivamente a partir de 2011, devido também à diminuição do poder de compra dos portugueses.

Já para alguns participantes de um questionário sobre hábitos de leitura, consideraram as seguintes características mais atrativas em jornais digitais: *“é gratuito”, “hiperligações para assuntos relacionados”, “maior interatividade entre*

leitor e jornalista” (Barbosa, 2019, p. 46), para além de serem atualizados constantemente e conterem vídeos e imagens. Ainda no presente estudo, o autor verificou que a grande maioria dos participantes do questionário afirmou que não têm uma assinatura paga em jornais *online*, bem como não a pagariam.

No entanto, apesar da progressiva disponibilização de jornais em formato digital, alguns portugueses têm optado por não comprar jornais impressos (Quintanilha, 2018). Apesar disto, Sparks (1996) como citado em Quintanilha (2018) e Jannarone (2014) como citado em Quintanilha (2018) afirmam que o digital nunca conseguirá substituir o impresso, devido às diferentes preferências de suportes de leitura por parte dos indivíduos e também pela forma como a informação é apresentada. Este facto destaca-se em Portugal, nomeadamente pelo hábito dos portugueses mais velhos lerem jornais em cafés ou dos jovens conviverem em redes sociais (Tuzzo, 2015).

Quanto à visualização de conteúdo, Vieira (2021, p. 15) refere também que “os jornais impressos apresentam-se ainda como a segunda fonte noticiosa mais usada (29%)”, pelo que a internet acaba por tornar-se um complemento aos suportes impressos (Ahlers, 2006 como citado em Vieira, 2021). Atualmente, o aumento de leitores de jornais, embora pouco, é conseguido através da gratuidade dos jornais digitais (Neves & Lima, 2008).

Fabre (1980) como citado em Tuzzo (2015) referiu que cada meio de informação tem um objetivo próprio: o rádio tem a função de contar, a televisão de mostrar e o jornal de explicar. Para este autor, a Internet tem como propositivo o complemento do rádio, devido à velocidade de propagação da informação. No entanto, as fontes de informação do rádio revelam ser mais credíveis do que as da internet.

Além disso, Barbosa (2019, p. 30) afirma que todos os jornais existentes se encontram nas redes sociais, devido a poderem ser conhecidos mais facilmente pelo público e de determinadas notícias poderem ser lidas mais rapidamente, também através do *website* próprio de um determinado jornal.

Para Martins (2021), não será possível substituir a publicação impressa em detrimento do digital, dado que há gerações que não nasceram no digital, pelo que haverá sempre a preferência pelo impresso. Afirma-se também que através do digital é possível incentivar a leitura através da interatividade, mas que piora a sua compreensão devido ao “*scroll*” das páginas web, que dificulta a leitura sobretudo aos mais jovens. Já na publicação impressa, o leitor tem a noção do espaço que a publicação ocupa, o que aumenta a compreensão do texto.

Além disso, ambas as publicações impressas e digitais necessitam que a tipografia, formato e cor, sejam uniformes entre si, de forma a consolidar a identidade visual de um projeto gráfico, quer a nível de ecrã, quer a nível de papel.

Assim, Tuzzo (2015) afirma que ambos os suportes (impresso e digital) são importantes, e que cada um desempenha uma determinada função e que a internet

acaba por tornar-se um complemento aos suportes impressos (Ahlers, 2006 como citado em Vieira, 2021), acabando um jornal digital por tornar-se um *website*.

2.3.3 Constituintes de um projeto gráfico: jornal

São vários os constituintes de um projeto gráfico para que se encontre bem estruturado e transmita uma mensagem correta para o leitor e, ao mesmo tempo, que o cative a ler.

2.3.3.1 Identidade visual

Antes de criar a identidade visual é necessário aferir qual a identidade da publicação.

Personalidade da marca

Segundo Aaker (1997), a personalidade da marca define-se como um conjunto de características humanas associadas a uma determinada marca. Para tal, esta autora desenvolveu um modelo intitulado de “*big five*” (Aaker, 1997, p. 347), que consiste em cinco dimensões da personalidade, sendo que uma determinada marca poderá possuir uma ou mais das seguintes características: sinceridade, entusiasmo, competência, sofisticação e robustez (Figura 3).

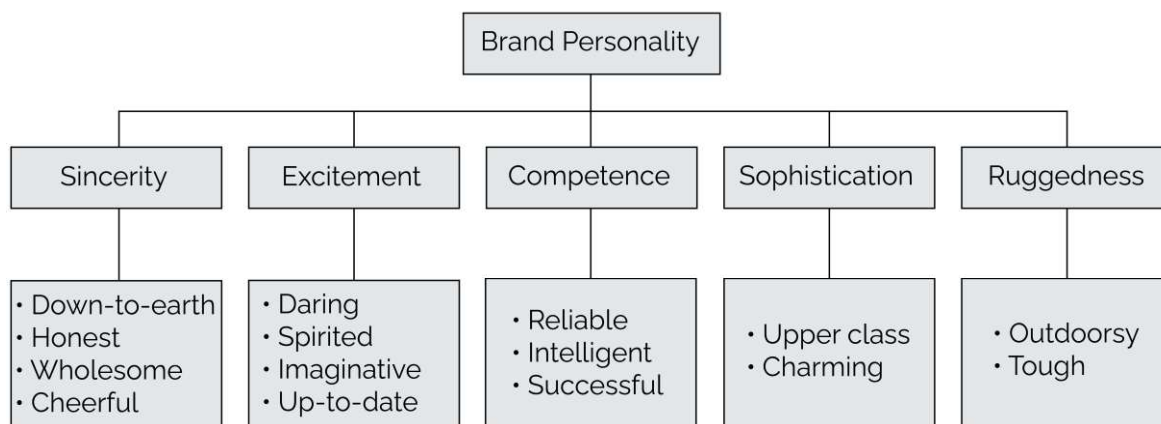


Figura 3 — Modelo de Aaker referente à Personalidade da Marca. (Fonte: Autora, 2025, baseado em Aaker, 1997).

A personalidade da marca transmite, ainda, a confiança e lealdade para com o cliente através dos seus valores, transmitidas pelos colaboradores da própria marca.

Missão, visão e valores

A missão consiste no propósito de existência e o que a marca realiza, bem como a área em que está inserida (Oliveira, 2015; Monteiro, 2019; Wheeler, 2009), bem como “*alcançar os ideais estabelecidos pela Visão*” (Oliveira, 2015, p. 93).

Quanto à visão diz respeito ao que a marca pretende alcançar, a sua razão de existência e em que mercados pretende atuar e liderar (Monteiro, 2019; Oliveira, 2015).

Por fim, os valores de uma determinada marca dizem respeito ao que a marca acredita, bem como as suas prioridades. Além disso, os valores da marca deverão transmitir confiança aos seus clientes (Monteiro, 2019; Oliveira, 2015). Os valores de uma determinada marca são um complemento da estratégia da marca, em que os próprios colaboradores da marca os devem sempre transmitir corretamente (Davis, 2009).

Marca gráfica

Coelho (2014) refere que uma determinada marca gráfica necessita de ser atrativa o suficiente para que o público escolha uma marca em detrimento de outra. Davis (2009) definiu que a marca gráfica se encontra apoiada por uma filosofia definida pelos colaboradores dessa mesma marca, enquanto Raposo (2008, p. 16) refere que “*a Marca Gráfica é um signo visual que poderá ser constituído (individualmente ou em par) por um logótipo, um sinal, ícone ou símbolo*”. Segundo Costa (2011), uma marca gráfica é composta por formas linguísticas (logótipo) ou icónicas (símbolo).

Segundo Rodrigues (2013, p. 127), uma marca gráfica é constituída por “*nome, símbolo gráfico, logótipo e cor ou combinação desses elementos, utilizados para representar uma entidade, produtos ou serviços*”.

Caldwell e Zappaterra (2014) como citado em Fonseca (2017) afirma também que a marca gráfica deve ser projetada de um modo a que seja compreensível em todos os seus suportes de comunicação, quer impressos quer digitais.

Para sintetizar, Wheeler (2008) afirma que a marca gráfica deve transmitir eficazmente o que é realmente a marca, de forma que o público consiga priorizar uma determinada marca em vez de outra.

Tipografia e logótipo/marca gráfica

Segundo Caldwell e Zappaterra (2014) como citado em Fonseca (2017) e Lages (2018), é o primeiro elemento a ser visualizado pelo público e, portanto, o mais importante. Além disso, está contido na própria marca gráfica, onde ambos devem estabelecer uma coesão visual nos diversos suportes de comunicação (Castro, 2019; Carreira, 2016).

A título de exemplo, considera-se que um jornal com letras góticas transmite uma ideia de tradicionalismo, enquanto um jornal que utilize letras não-serifadas transmite uma ideia de modernidade (Carreira, 2016). A tipografia deverá estar associada tanto à marca gráfica do jornal como à sua própria identidade visual.

Cor

Tal como a grelha e tipografia de um determinado jornal, a cor constitui-se também como componente da identidade visual.

Mahnke (1996) como citado em Ribeiro (2020) afirma que a cor observável pelos indivíduos provém da “*luz recebida pelo olho humano*” (Ribeiro, 2020, p. 25) e consequentemente, interpretada pelo cérebro.

Carnicel (1999) afirma que o processo de escolha de uma ou mais cores deve ser respeitada pelo designer gráfico, dado que as cores transmitem determinados sentimentos para os indivíduos. Considera-se como exemplos o azul, que transmite felicidade, e o preto, que transmite tristeza. Apesar disto, as cores utilizadas no projeto gráfico deverão transmitir a ideia de “*harmonia e de contraste*” (Carnicel, 1999, p. 9).

Carvalho (2012) referiu que o uso da cor permite a um determinado jornal tornar-se mais apelativo para o público, bem como utilizar a hierarquia visual, presente também na tipografia (Sousa, 2001, & Orlando, 2017). Em contexto histórico, os primeiros jornais utilizavam apenas tons monocromáticos de cinzento (Magalhães, 2020), no entanto, nos anos 80 a 90 começou a surgir a utilização de cor tanto nas imagens como nos títulos de cada jornal (Carreira, 2016) “*devido à evolução das máquinas de impressão conseguindo assim uma maior qualidade do produto*” (Carvalho, 2012, p. 27).

Atualmente, nem todas as páginas de um determinado jornal utilizam cor devido ao facto de elevar o preço do próprio jornal (Carvalho, 2012). No entanto, verifica-se que a cor é um componente essencial para captar a atenção e orientar o leitor, fatores que intervêm na criação da identidade visual de um determinado jornal.

Para uma transmissão correta da cor, são utilizados três sistemas de cor distintos: RGB, utilizado para visualização de cores em ecrã; CMYK e Pantone, para impressão (Figura 4).

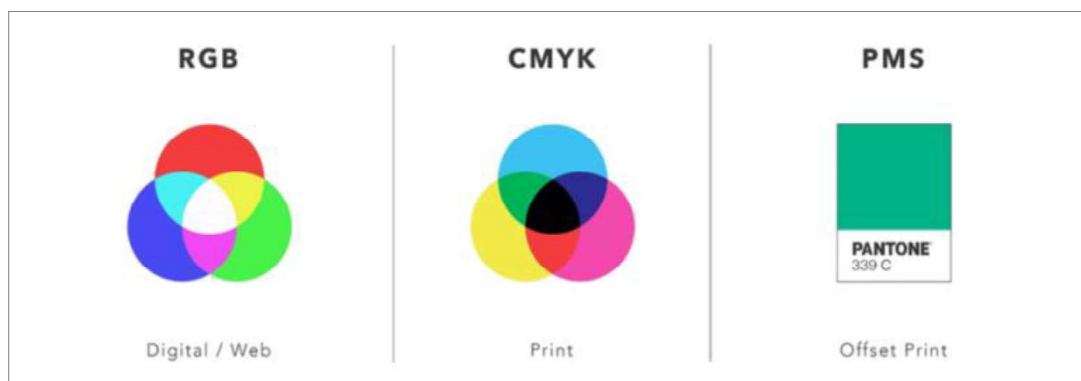


Figura 4 — Sistemas de cor. (Fonte: LinkedIn, 2021).

Destinado apenas à visualização de cores em ecrã, o sistema RGB (*red* = vermelho; *green* = verde; *blue* = azul) é um modelo aditivo. Cada cor é representada pelo valor 255, que designa o valor máximo, e a junção destas três cores resulta na cor branca, enquanto o valor mínimo, 0, resulta na cor preta. Assim, o sistema RGB permite a reprodução de diversas cores através da junção ou ausência de cada uma destas, podendo desta forma, simular a luz ou a escuridão (Sanches, 2016; Gomes, 2020).

Quanto ao sistema CMYK (C = *cyan*/ciano; M = magenta; Y = *yellow*/amarelo; K = *black*/preto), é um modelo subtrativo. É designado desta maneira devido ao facto de que a sobreposição destas quatro cores subtrai luminosidade ao papel impresso (Gomes, 2020; Sanches, 2016).

“É utilizada a letra k para indicar a cor preta porque a inicial b do termo inglês Black poderia ser confundida com o b de Blue da síntese aditiva, e porque o preto funciona como a cor chave (key) de todo o processo da quadricromia” (Sanches, 2016, p. 102).

Por fim, o sistema Pantone, “ou PMS (*Pantone Matching System*)” (Gomes, 2020, p. 80) existe desde 1963 e consiste na combinação de cores primárias, embora em maior número do que as disponíveis no sistema CMYK. Ambos os sistemas permitem a conversão direta entre si. Além disso, este sistema dispõe de “*Pantone Formula Guide, um livro de amostras que apresenta mais de 1000 cores feitas a partir das misturas das 14 cores primárias existentes no sistema*” (Sanches, 2016, p. 96).

2.3.3.2 Capa, cabeçalho e chamadas de capas

De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2026), uma capa consiste na primeira parte que o leitor irá observar, sendo usado em livros, cadernos e revistas, enquanto o termo “primeira página” é utilizado em jornais (Público, 2007).

Além disso, para Carreira (2016) e Santos (2016), a capa ou primeira página é o elemento mais importante de um determinado jornal, pois é o que fará com que o leitor fique cativado a ler as próximas páginas. É, também, onde deve ser transmitida a marca e os valores que os jornais pretendem transmitir para o público (Fonseca, 2017, p. 78). Garcia como citado em Carreira (2016) refere que a capa ou primeira página acaba por se tornar um cartaz (Utko, 2009), que deverá ter a notícia principal em grande plano, enquanto as outras deverão ocupar um plano secundário. Para tal, na capa ou primeira página deverão constar as notícias mais impactantes, em que as restantes deverão estar dispostas através de uma distribuição hierárquica visual, com um número de colunas não muito reduzido e com texto justificado (Garcia como citado em Carreira, 2016). Ainda, a capa ou primeira página deverá refletir “*a organização, a consistência, e a ordem atribuída aos diversos elementos que constituem a página*” (Arnold, 1969 como citado em Carreira, 2016, p. 50).

Segundo Carreira (2016), têm-se utilizado temas controversos nas capas ou primeiras páginas para chamar a atenção, bem como a inserção de publicidade, mas sem se sobrepor às restantes notícias presentes. A publicidade é frequentemente utilizada mais no rodapé das capas ou primeiras páginas, devido a uma maior visibilidade para o olho humano. Fonseca (2017) afirma que as publicações periódicas devem apresentar uma capa ou primeira página coerente entre si, de forma que o leitor associe todas as edições ao mesmo projeto gráfico. Além disso, as capas e primeiras páginas digitais devem adaptar valores semelhantes aos utilizados nas capas ou primeiras páginas impressas, como a marca e a tipografia utilizadas, que devem ser facilmente reconhecíveis em miniatura devido ao uso de ecrãs (Caldwell e Zappaterra, 2014).

Quanto aos cabeçalhos, são a primeira composição tipográfica observada pelo leitor e, para tal, deve ser apelativa o suficiente para captar a atenção do leitor e, ao mesmo tempo, estar corretamente posicionada no projeto gráfico, dado que o tipo de letra transmite a personalidade do jornal (Carreira, 2016). Garcia como citado em Carreira (2016) afirma que o logótipo deve ser composto pela simplicidade, por uma tipografia atual, por um determinado tamanho que permita o destaque dos diversos elementos gráficos e pelo espaço em branco, para que seja facilmente distinguida de outros elementos.

Este autor refere também que o cabeçalho de um determinado jornal deverá ter coesão com o restante conteúdo, quer imagético quer escrito, dado que transmite uma determinada emoção para o público-alvo. Só após a criação do logótipo é que se deverá partir para a seleção dos restantes elementos gráficos, nomeadamente a tipografia e cores (Carreira, 2016). Para Caldwell e Zappaterra (2014), o logótipo desempenha uma das mais importantes funções na capa ou primeira página de um determinado jornal.

Para Caldwell & Zappaterra (2014), as chamadas de capas são utilizadas em jornais, estão relacionadas com a imagem da capa ou primeira página e permitem

apresentar os conteúdos do jornal aos leitores. Estes elementos geralmente encontram-se “*acima do banner, para destacar os artigos apresentados dentro do jornal e os seus suplementos*” (Carreira, 2016, p.52).

2.3.3.3 Funções do texto

A composição das diferentes funções do texto é essencial num projeto gráfico, para que o público entenda facilmente o que se pretende transmitir. Estas funções são constituídas pelos seguintes elementos: Título, Subtítulo, Linha-fina, Linha de créditos, *Lead*, Capitulares/Maiúsculas iniciais, Corpo de texto, Entretítulo, citação e olho, Legendas, Fólios e marcadores e Divisores de seção.

Título

De acordo com Louraço (2016), o título representa o primeiro conteúdo que o leitor irá observar e, para atingir o destaque necessário, deverá ter um tamanho de corpo bastante superior, bem como um maior peso na tipografia, como um bold e deverá estar corretamente localizado na página, geralmente no início, de forma a captar a atenção do leitor e informá-lo sobre o que a notícia abaixo retrata (Damasceno, 2013; Maya et al., 2016; Ugalde, 2017).

Os títulos deverão apresentar um peso superior aos subtítulos “*da maneira mais simples possível*” (Bringinghurst, 2005, p. 48).

Subtítulo

Segundo Damasceno (2013), um subtítulo desempenha a mesma função do título, embora em menor grau, uma vez que é um suplemento do próprio título e permite-lhe agregar valor e reforçar a ideia transmitida pelo título (Louraço, 2016; Ferreira, 2019). Para ser facilmente visível na hierarquia visual do projeto gráfico, o subtítulo deverá apresentar um corpo de texto menor do que o título, de forma a reforçar a existência da hierarquia visual (Louraço, 2016; Ugalde, 92).

Por fim, o subtítulo permite também ao leitor facilitar a leitura do projeto gráfico, pois “*divide o texto em seções, deixando as colunas menos densas*” (Ugalde, 2017, p. 39).

Linha-fina

A linha-fina, também apelidada de linha de apoio, é um suplemento ao próprio título, que se encontra localizado, geralmente, por baixo do título (Damasceno, 2013), que atua como um antecedente do próprio texto, que permite mostrar ao leitor sobre o que trata uma determinada notícia, embora em poucas palavras (Maya et al., 2016; Carreira, 2016; Ugalde, 2017).

Linha de créditos

A linha de créditos encontra-se, geralmente, perto de fotografias, e tem como funcionalidade assinalar o autor de uma imagem e, até mesmo, de uma notícia (Damasceno, 2013; Ugalde, 2017).

Lead

O *lead* apresenta-se como a entrada (Louraço, 2016) e a fundamentação da notícia correspondente ao seu primeiro parágrafo, que responde às questões “o *quê (o que aconteceu, está ou vai acontecer), quem (os agentes da acção), quando (dia da semana e do mês, horas), onde (o local do acontecimento)*” (Público, 2007, p. 58) e, eventualmente a outras questões “*como (as circunstâncias), porquê (os motivos e as razões)*” (Público, 2007, p. 58), que poderá estar apresentada a negrito (Damasceno, 2012).

Além disso, o *lead* tem como principal objetivo informar o leitor sobre o que irá ler e captar a sua atenção.

Capitulares / Maiúsculas iniciais

As letras capitulares consistem numa única letra com um corpo bastante maior ao do próprio texto da notícia sendo, por vezes, assinaladas também com uma cor diferente (Louraço, 2016). Isto permite indicar ao leitor o início do texto ou parágrafo (Damasceno, 2013; Maya et al., 2016; Louraço, 2016).

Corpo de texto

*“In typography, ‘text’ is defined as an ongoing sequence of words, distinct from shorter headlines or captions. The main block is often called the ‘the body’, comprising the principal mass of content.”*² (Lupton, 2004, p.63)

Segundo Damasceno (2013) e Ugalde (2017), o corpo de texto é definido como o conteúdo textual de uma notícia, que deverá ser fácil de ler, bem como utilizar a tipografia padrão do jornal.

Cardoso (2017) e Rodrigues (2014) referem ainda que é necessário ter em consideração a mancha tipográfica, devido ao facto de que todos os textos devem ser compostos de maneira uniforme em todo o projeto gráfico e, para tal, devem utilizar sempre o mesmo tamanho de texto, a ser escolhido de acordo com as necessidades de cada projeto gráfico.

² Tradução: “Em tipografia, “texto” é definido como uma sequência contínua de palavras, distinta de títulos ou legendas mais curtas. O bloco principal é muitas vezes designado por ‘corpo’, comprometendo a massa principal do conteúdo.” (Lupton, 2004 como citado em Rodrigues, 2014, p.59)

Entretítulo, citação e olho

Segundo Damasceno (2013) e Ferreira (2019), um entretítulo consiste numa palavra ou frase que é colocada no meio de uma notícia de forma a dividi-la e facilitar a leitura, que acaba também por complementar o título de uma determinada notícia.

Por fim, o olho é uma parte do conteúdo que se encontra destacado, que normalmente apresenta citações ou um resumo do próprio conteúdo, normalmente apresentado através de aspas, que permite fornecer dinamismo ao próprio texto (Damasceno, 2013; Maya et al., 2016; Valente, 2017; Ugalde, 2017).

Legendas

As legendas, ao contrário do que ocorre nas linhas de créditos, são um pequeno fragmento de texto que apresenta uma explicação da fotografia ao leitor, e que geralmente se encontra perto desta, sendo uma ligação para com uma determinada notícia (Damasceno, 2013; Maya et al., 2016; Ugalde, 2017). Sendo uma informação menos importante do que um determinado texto, as legendas são apresentadas com um corpo mais pequeno do que o utilizado numa notícia (Rodrigues, 2014).

Fólios e marcadores

Com base em Damasceno (2013) e Valente (2017), um fólio é o número de uma página presente num determinado projeto gráfico. Os marcadores apresentam a data e o nome e seção que está a ser naquele momento lida, isto é, permite guiar o leitor pela publicação e dar a conhecer a identidade do próprio jornal (Ugalde, 2017; Carreira, 2016).

Os fólios e marcadores devem de ser dispostos na página de uma forma harmoniosa, bem como “*estar no alto ou na parte inferior da área tipográfica, à direita ou à esquerda. A posição da área tipográfica na página e a largura da margem disponível determina a sua possível posição.*” (Müller-Brockmann, 2012, p. 40).

Haslam (2006) refere que o posicionamento dos fólios e marcadores deve ser pensado atempadamente juntamente com o *layout*, tendo em consideração como o sistema de navegação poderá ser adaptado ao próprio conteúdo. Habitualmente, os fólios são posicionados na página direita, normalmente a iniciar no número um, enquanto na página esquerda é iniciado com o número dois. Além disso, podem ser colocados em qualquer local da página, embora se encontrem geralmente nas “*margens externas*” (Haslam, 2006, p. 103).

Assim, um fólio é o número da página, enquanto o marcador indica o tema onde o leitor se encontra. Ambos têm como função orientar o leitor.

Divisores de seção

De acordo com Damasceno (2013), os divisores de seção permitem ao leitor saber em que determinada zona da publicação está. No caso dos suplementos, é possível agrupar estas notícias de uma forma contínua, através da página dupla, que permite proporcionar aos designers uma maior liberdade criativa.

Para Louraço (2016), um divisor de seção que permite captar a atenção do leitor caracteriza-se pela utilização da página inteira como um separador.

2.3.3.4 Sistema de grelha

O sistema de grelhas revela ser uma mais-valia na criação de produtos editoriais, nomeadamente de jornais. A grelha tem como objetivo principal a estruturação de uma página através de uma correta distribuição de texto e imagem, de forma a captar a atenção do leitor (Figuras 5, 6 e 7). A grelha reflete o “*pensamento de carácter matemático, transparente, funcional e estético*” do designer gráfico (Cardoso, 2017, p. 36).

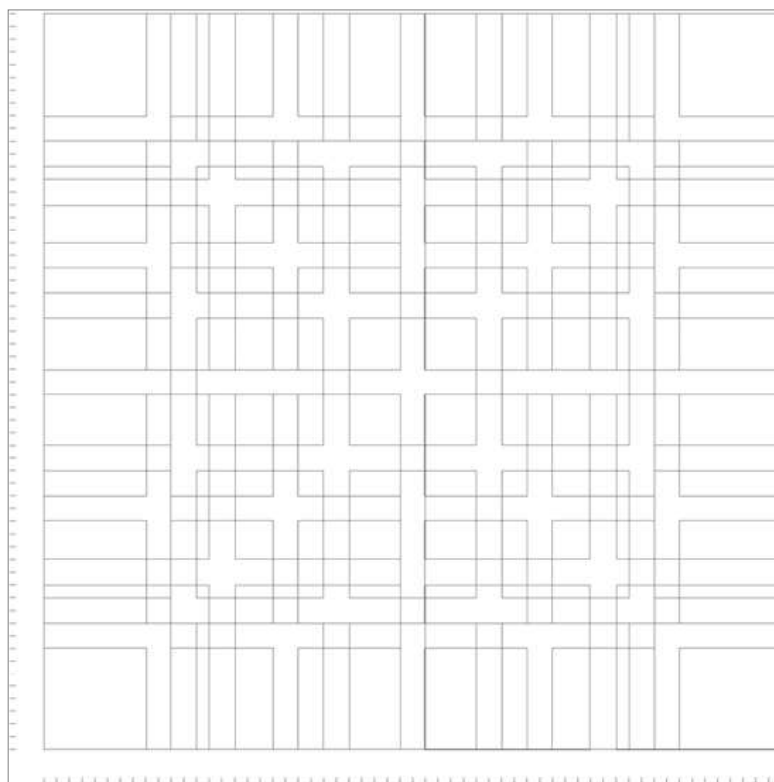


Figura 5 — Exemplo de grelha utilizada por Karl Gerstner em 1963 na revista Capital. (Fonte: MS-Studio, 2018).

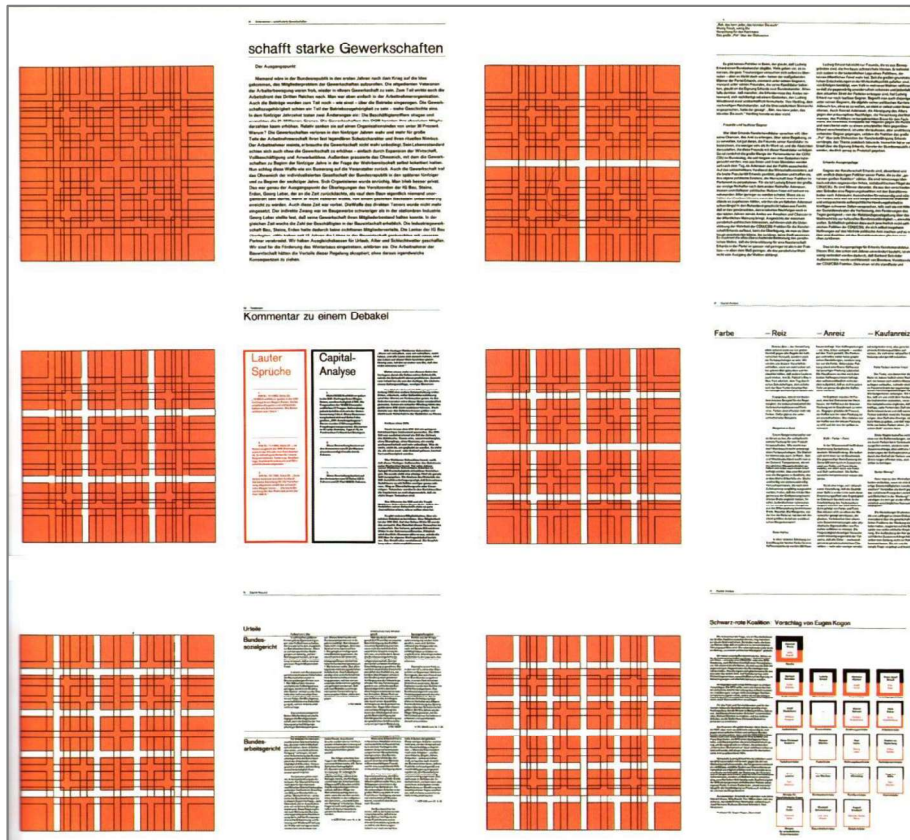


Figura 6 — Exemplo de usos da grelha proposta por Karl Gerstner em 1963 para a revista Capital. (Fonte: Medium, 2017).

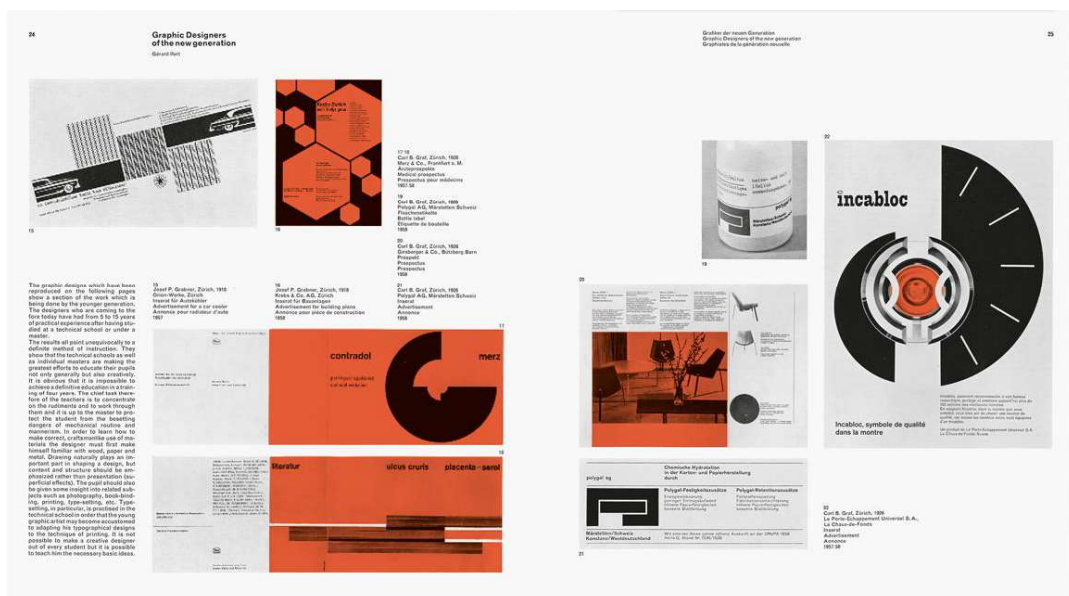


Figura 7 — Exemplo de layouts da publicação Neue Grafik/New Graphic Design/Graphisme Actuel de 1958–1965. (Fonte: Lars Müller Publishers, 2014).

Müller-Brockmann (1982) afirma que a grelha funciona como um sistema de organização e caracteriza a maneira como o designer constrói o seu trabalho gráfico.

“Trabalhar com o sistema de grelha significa submeter-se a leis de validade universal. O uso do sistema de grelhas implica o desejo de sistematizar, clarificar, o desejo de chegar até ao essencial, de concentrar o desejo de cultivar a objectividade em lugar da subjetividade.” (Müller-Brockmann, 1982, p. 37)

Todavia, o fator que revolucionou a grelha foi o aparecimento do *“layout modular, baseado em páginas-grelha com divisão matematicamente milimétrica”* (Sousa, 2001, p. 381) devido ao facto de se determinar exatamente como os elementos de uma determinada página ficariam dispostos no *layout* e como impactariam visualmente uma página.

Por fim, para Lupton (2004, p. 113) uma *“grelha eficaz é (...) uma estrutura flexível e resiliente, um esqueleto que se move em concertação com a massa muscular da informação”*³ que, para tal, agrupa os componentes da grelha, que formam os elementos da hierarquia visual.

A grelha, esta poderá ser classificada como simétrica (Figura 8), assimétrica (Figura 9), de colunas (Figura 10), modular (Figura 11) e de construção (Figura 12) e deverá ser selecionada cuidadosamente de acordo com as necessidades de um determinado projeto gráfico. Quanto à grelha simétrica, esta é frequentemente utilizada em livros ou publicações de texto para uniformizar o conteúdo apresentado (Müller-Brockmann, 1982; Haslam, 2006; Cardoso, 2017), enquanto as grelhas assimétricas são mais adequadas para diferentes *layouts* que contenham *“imagens, notas de rodapé, texto, etc) que devem ser incluídos no layout”* (Cardoso, 2017, p. 42).



Figura 8 — Grelha simétrica. (Fonte: Autora, 2025).

³ Original: *“effective grid is (...) a flexible and resilient structure, a skeleton that moves in concert with the muscular mass of information”* (Lupton, 2004, p. 113 como citado em Castro, 2023, p. 15).

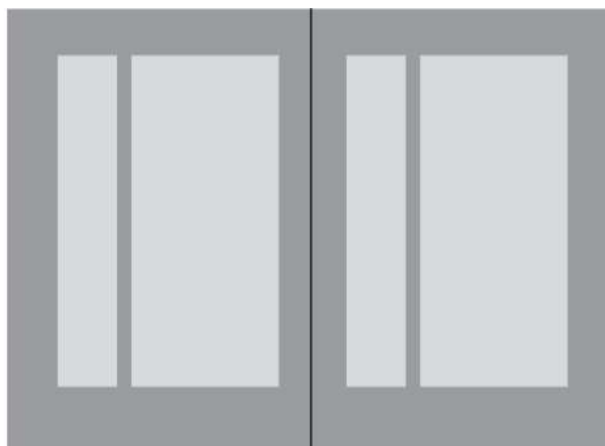


Figura 9 — Grelha assimétrica. (Fonte: Cardoso, 2017).

Quanto à grelha de colunas, que teve início na Revolução Industrial (Cardoso, 2017), esta poderá ser composta por quantas colunas sejam necessárias de forma a estruturar facilmente a informação no projeto gráfico (Müller-Brockmann, 1982; Haslam, 2006).

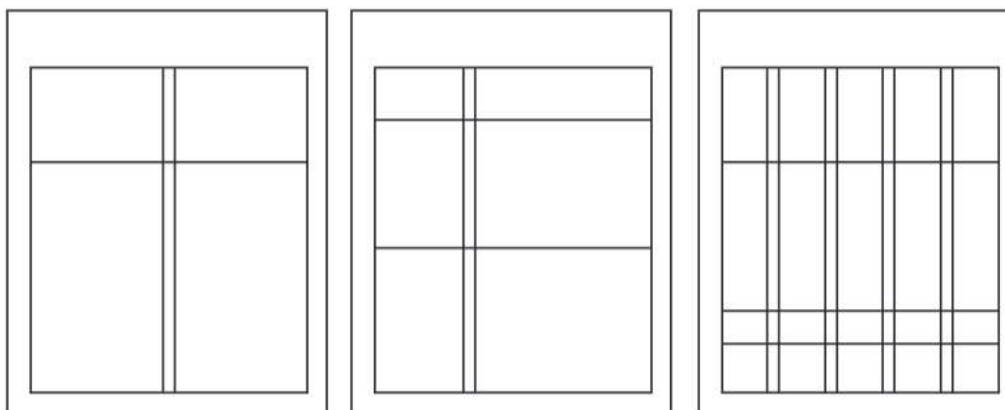


Figura 10 — Grelhas de colunas. (Fonte: Cardoso, 2017).

No que toca à grelha modular, esta foi desenvolvida no século XX pelos designers Karl Gerstner, Emil Ruder e Josef Müller-Brockmann, com o principal objetivo da existência de uma grelha completamente proporcional, devido à divisão horizontal e vertical de uma página.

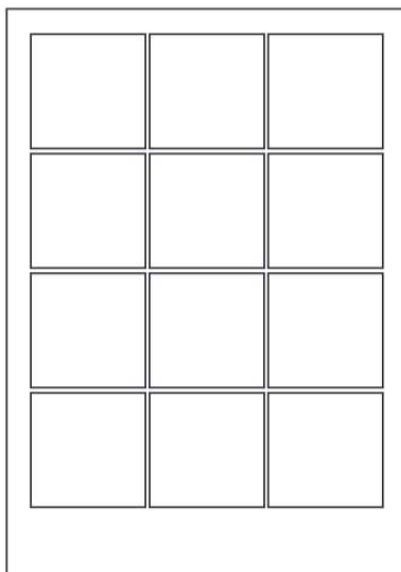


Figura 11 — Grelha Modular. (Fonte: Cardoso, 2017).

No que concerne à grelha de construção, “*refere-se a um sistema estrutural que se baseia na colocação de elementos de composição, ao contrário de outros tipos de grelhas, as de construção não são criadas antes de começar o layout*” (Cardoso, 2017, p. 47).

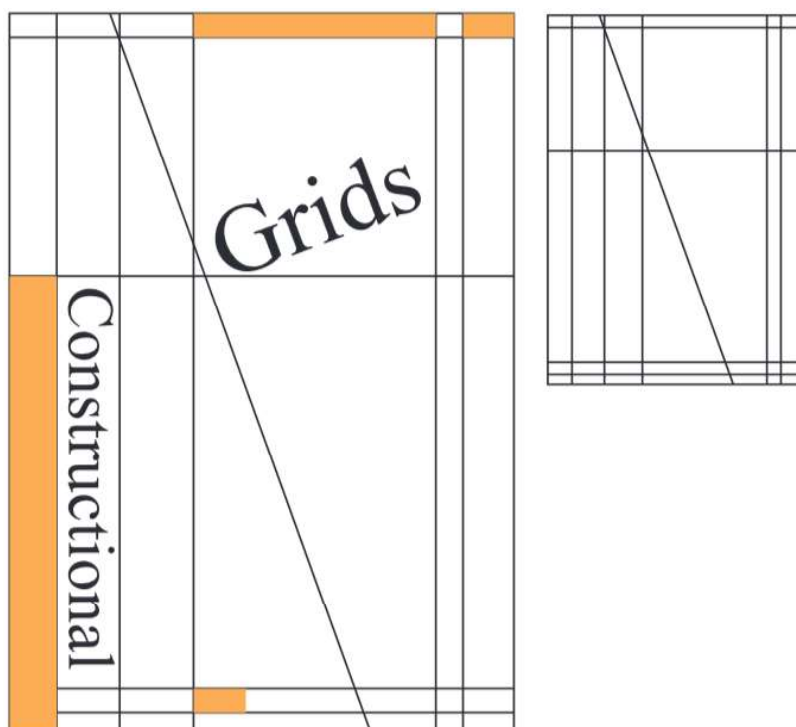


Figura 12 — Grelha de construção. (Fonte: Cardoso, 2017).

Sherin & Evans (2009) como citado em Castro (2023) afirma que a grelha de construção é flexível, pois permite estruturar o *layout* de acordo com os conteúdos gráficos.

Um bom sistema de grelha necessita de uma grelha de linhas de base, de forma que o leitor consiga ler e interpretar facilmente um determinado texto (Figura 13). Segundo Castro (2023, p. 16) a “*distância entre linhas é definida pela entrelinha do corpo de texto*”. Para Haslam (2006, p. 42), a grelha de linhas de base é definida como a mancha tipográfica de uma determinada página ao permitir determinar como o texto ficará situado, bem como definir “*o formato das imagens, além da posição dos títulos, números das páginas, notas de rodapé etc.*”.

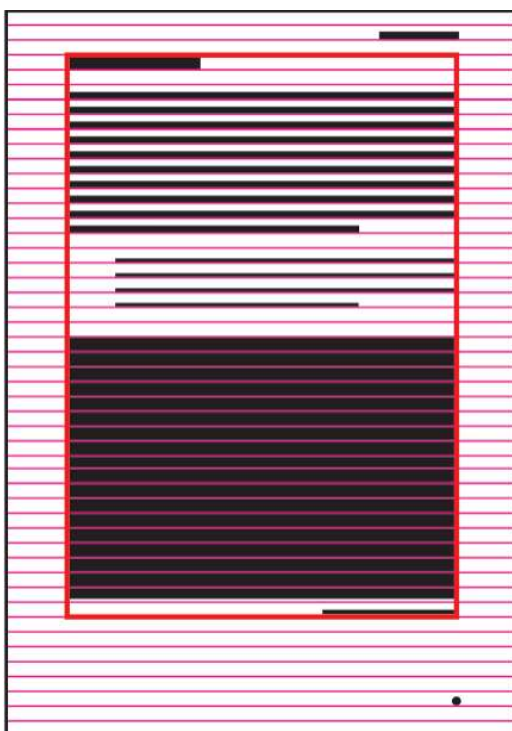


Figura 13 — Grelha de linhas de base, representada a magenta. (Fonte: Castro, 2023).

Os componentes da grelha são formados pelas margens interiores, exteriores, superiores e inferiores, área tipográfica, campo, módulo, coluna, goteiras, fólio e marcador (Figura 14).

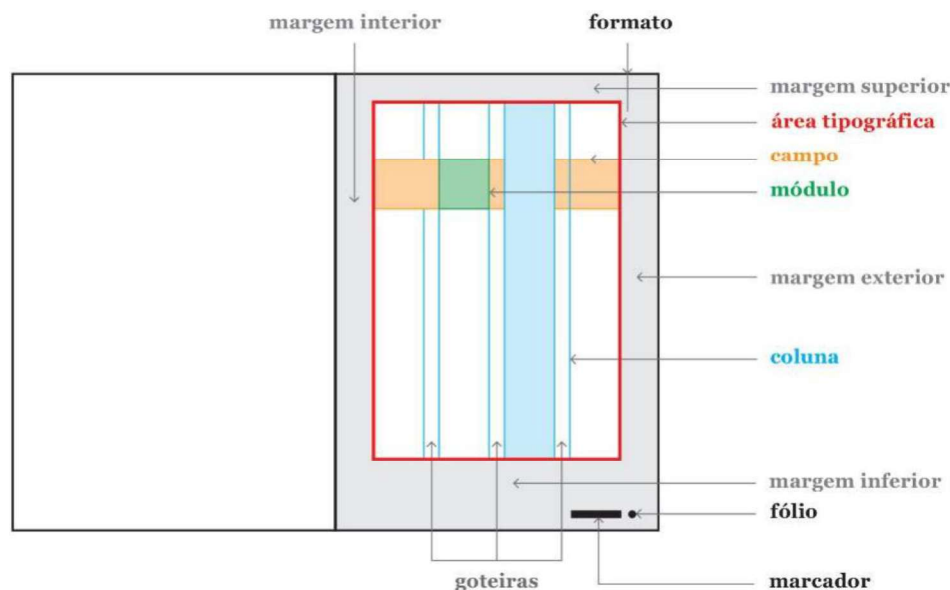


Figura 14 — Componentes da grelha. (Fonte: Castro, 2023).

Em suma, a utilização do sistema de grelha permite, a cada publicação e às suas páginas, identidade através do seu aspeto visual.

2.3.3.5 Layout

Carreira (2016, p. 58) define o *layout* como o “*modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície*”.

Cardoso (2017) refere que o *layout* da página deve permitir uma “leitura fluída e confortável do texto” (Cardoso, 2017, p. 50), com foco principal no tamanho da letra e da entrelinha, bem como da grelha de uma determinada página, para que o leitor consiga ler e interpretar o texto com a mínima dificuldade possível.

Para Rogener, Pool & Packhauser (1995) como citado em Castro (2019), através do *layout*, tipografia e cor, é possível criar a identidade visual de cada projeto gráfico, bem como do recurso aos espaços em branco, imagens, texto e um determinado número de colunas, que confere harmonia e organização ao desenvolvimento de um determinado projeto gráfico. Como um elemento aliado à grelha, o designer deverá pensar cuidadosamente na disposição de toda a página, bem como a combinação do *layout* com a grelha de linhas de base e de margens (Samara, 2005 como citado em Castro, 2019).

Carreira (2016) afirma, também, que o *layout* de uma determinada página poderá ter um nível de complexidade diferente consoante o tipo de informação a apresentar, sendo essencial definir a grelha e o número de colunas a utilizar no projeto. Toda esta informação (imagens, texto e cores) aliada à hierarquia visual de todos os tipos de texto, permite ao público-alvo apreender mais facilmente um

determinado tipo de informação, bem como tornar a informação mais credível (Carreira, 2016).

Segundo Haslam (2006), os designers necessitam de pensar atempadamente no *layout* de uma publicação, principalmente nos elementos que serão colocados posteriormente. Estes elementos são o corpo de texto, que devem permitir uma leitura fácil, e as imagens, em que a conjugação destes dois elementos permitirá a hierarquia visual do *layout*.

2.3.3.6 Tipografia

A tipografia é considerada como um dos elementos mais difíceis de implementar numa composição gráfica, dado que define a linguagem e estética do jornal, que tanto poderá captar um leitor como fazê-lo perder o interesse.

Para tal, deverão ser utilizados poucos tipos de letra, embora adequados para a situação que se pretende retratar (Mourão, 2016). Garcia como citado em Carvalheiro (2022) afirma que a tipografia é o elemento fundamental de um jornal, desde que a legibilidade esteja garantida por parte do designer.

Freire & Freire (2007) afirmam que os elementos que compõem a página de um determinado jornal – grelha, tipografia e cor – constituem-se como “*elementos de identificação e de organização*” (Freire & Freire, 2007, p. 2) porque permitem informar o leitor sobre o que será apresentado no texto.

Por fim, a escolha da tipografia (com ou sem serifa) influencia também na velocidade de compreensão da informação por parte do leitor, pelo que cabe ao designer selecionar a melhor fonte tipográfica para um determinado projeto gráfico, tanto digital como impresso (Lupton, 2004).

Escala tipográfica

Bradley como citado em Mourão (2016, p. 61) menciona que a “*hierarquia tipográfica*” é o factor que permite cativar a atenção do leitor de forma a ler.

Para Lupton (2004), a hierarquia tipográfica auxilia a organização do texto, pois destaca determinados pontos do texto e diminui a importância de outros. Isto é possível através de um marcador espacial (reco, espaçamento entre linhas, posicionamento na página) ou gráfico (tamanho, estilo, cor do tipo de letra)⁴, de forma que o leitor consiga compreender os pontos mais importantes ao longo do texto de forma a cativá-lo (Bringinghurst, 2005).

Segundo Carreira (2016), o uso de escala tipográfica por parte dos designers nos jornais permite um maior dinamismo ao longo de todo o projeto gráfico.

⁴ Original: “A cue can be spatial (*indent, line spacing, placement on page*) or graphic (*size, style, color of typeface*)” (Lupton, 2004, p.94).

Legibilidade e leiturabilidade

Para Mourão (2016), existem dois aspetos considerados fundamentais na tipografia – “a legibilidade e a leiturabilidade”.

Segundo Lupton (2004), a legibilidade consiste na facilidade de reconhecimento de uma letra ou palavra, enquanto a leiturabilidade consiste na facilidade de reconhecimento de um conjunto de palavras, ou seja, de um texto completo.

Composição de texto

A composição do texto é feita com recurso a: Escala tipográfica, *Tracking*, *Kerning*, Entrelinha, Alinhamento horizontal do texto, Hifenização e Justificação (Adobe, 2021).

Segundo Lupton (2004), o *tracking* consiste no ajuste do espaço total entre as letras, de forma que o texto seja fácil de ler. Deve de ser evitado ao máximo o *tracking* negativo, ou seja, a aproximação de letras.

Para Rodrigues (2014), o *tracking* não deverá ser demasiado extenso, uma vez que compromete a leitura ao tornar as palavras como caracteres separados, nem deverão estar sobrepostas, dado que ambas comprometem a capacidade de leitura. Além disso, o texto deverá ter uma mancha tipográfica uniforme.

Por fim, Ugalde (2017) reforça a ideia de que o *tracking* poderá alterar a aparência das diversas caixas de texto.

Para Louraço (2016), o *kerning* tem como objetivo o ajuste de espaço entre dois caracteres, que poderá acontecer em caracteres como o “A” e o “V” (Strizver como citado em Louraço, 2016) e o W, Y, V, T, L, por se tratar de letras que apresentam um espaço aberto (Lupton, 2004). Quanto maior for o tamanho do corpo de texto, o *kerning* ficará igualmente maior, e terá de ser ajustado manualmente pelo designer até encontrar a combinação opticamente confortável para que o leitor não se perca na leitura (Louraço, 2016).

Segundo Carreira (2016), ambos *tracking* e *kerning* desempenham funções semelhantes, dado que não podem ter um espaçamento demasiado extenso nem muito próximo, comprometendo assim a capacidade de compreensão do texto. Este fator é acentuado nos jornais, devido ao tipo de alinhamento horizontal justificado utilizado que é propenso ao aparecimento de espaços irregulares entre palavras.

Para Müller-Brockmann (1982), a entrelinha também não deve de ser nem muito afastada nem muito aproximada, dado que irá fazer com que o leitor se canse mais facilmente. Caso a distância da entrelinha esteja correta, o leitor irá memorizar mais facilmente o que acabou de ler.

Ainda, Cardoso (2017) refere que as medidas da entrelinha podem ser ajustadas automaticamente por programas de paginação, como o Adobe InDesign. No entanto, o designer deve verificar se as medidas apresentadas estão corretas e, se

necessário, ajustá-las manualmente até encontrar a que melhor acentue o texto escrito (Müller-Brockmann, 1982).

Assim, a entrelinha tem como função guiar o leitor perante o texto escrito, que deverá demonstrar uma aparência confortável para que o leitor compreenda facilmente toda a composição tipográfica.

Segundo Lupton (2004), o alinhamento horizontal do texto refere-se ao ajustamento da caixa de texto nas colunas, que poderá ser alinhado à esquerda, à direita, centrado ou justificado. O alinhamento do texto deverá ser definido consoante as necessidades de cada projeto gráfico, dado que cada um dos alinhamentos tem benefícios, mas também poderá produzir erros gráficos (Cardoso, 2017; Rodrigues, 2013).

Estes erros gráficos poderão ser caracterizados por “*espaços ou intervalos exagerados entre caracteres e palavras quando a largura da coluna é demasiado curta em relação ao tamanho do tipo de letra usado e, nestes casos, o texto fica também suscetível a demasiada hifenização*” (Rodrigues, 2013, p. 61), que poderão ser corrigidos através do *tracking*.

Segundo Lupton (2004), a hifenização permite a quebra de palavras longas e a compactação das linhas de texto. Em projetos gráficos de jornais, a hifenização é utilizada sempre que possível, devido ao balanceamento de palavras em cada linha, que influencia a legibilidade do texto (Fonseca, 2017).

2.3.3.7 Imagética

Para Gastal & Oliveira (2019), a imagética é composta pela “*fotografia (o objeto fotografado, o tipo de fotografia, o seu formato e enquadramento), iconografia (o papel que os ícones desempenham na comunicação e o como) ou ilustração (o tipo de ilustração, o que se representa e o como)*”. Oliveira (2015) e Joly, Lancien, Le Mée, & Vanoye (2011, p. 214) como citado em Gastal & Oliveira (2019) afirmam, também, que a imagética pode ser formada como um conjunto de imagens da mesma fonte ou da mesma inspiração, que podem ser associadas ao DNA da marca, juntamente com a tipografia e cores.

É também considerada um “*apoio à Identidade Visual complementando os Elementos Básicos que incluem: a Forma, o Movimento e o Som*” (Oliveira, 2013, p.6).

Em suma, verifica-se que a imagética é um elemento bastante eficaz para a comunicação contemporânea e para as marcas, dado que é possível ao público-alvo associar determinados sentimentos e emoções às imagens providenciadas por uma determinada marca.

2.3.3.8 Grafismo

As marcas podem possuir grafismos que utilizam uma linguagem semelhante à identidade visual da marca e são integrados em diversos suportes de comunicação no âmbito da identidade visual.

Moreno (2007) como citado em Silva (2016) refere que os grafismos podem ser compostos por diversos elementos gráficos diferentes, ainda que integrantes da identidade visual, porém têm de ser adequados ao tema que é apresentado num determinado projeto (Lankow, Ritchie, & Crooks, 2012 como citado em Loureiro, 2016).

Para Carreira (2016), um grafismo uniforme é conseguido através da relação uniforme dos elementos colocados ao longo da página.

Assim, o grafismo é parte da identidade visual, dado que utiliza partes ou elementos desta.

2.3.3.9 Estrutura editorial

Habitualmente, uma publicação é composta pela capa ou primeira página, que permite ao leitor identificar o que vai ler; a ficha técnica, que informa quem produziu o jornal e as suas equipas de trabalho; e “*o conteúdo editorial propriamente dito*” (Rodrigues, 2013, p. 19), que poderá ser constituído por notícias, artigos de opinião e entrevistas. No conteúdo editorial, o jornal encontra-se separado por seções, de acordo com a temática das notícias apresentadas.

2.4 Projeto gráfico

O projeto gráfico implica a criação de uma identidade visual que considera a marca gráfica / logótipo, tipografia, grelha, cor, imagética e grafismo. Para Palmer & Watson (2004) como citado em Bleicher (2009), um determinado jornal consegue alcançar novos leitores e uma informação correta e bem estruturada através do design, que deve apenas de ser alterado caso seja necessário para manter e alcançar novos leitores (Zappaterra, 2008 como citado em Bleicher, 2009).

Para Golin e Cardoso (2010) como citado em Damasceno (2013), a publicação de um determinado jornal, desde o seu início, deve ter por base o design, o que determina a sua distinção perante outros jornais. Também para Damasceno (2013), o design e o seu *layout* permitem ao projeto gráfico definir como cada tema será apresentado, de forma a cativar o leitor, características que se repetem ao longo de toda as publicações. Para tal, a primeira página do projeto gráfico deve ser visualmente atrativa o suficiente para captar a atenção do leitor, bem como apresentar temáticas que sejam interessantes para o público-alvo (Garcia, 1987; Zappaterra, 2007 como citado em Damasceno, 2013). O projeto gráfico e a paginação constituem-se como duas etapas distintas do processo de design, dado

que o projeto gráfico se trata de uma ideia como o conteúdo será apresentado graficamente, enquanto a paginação estabelecesse-se como o padrão a utilizar em todas as páginas de uma determinada publicação (Damasceno, 2013).

Já para Carnicel (1999), a realização de um projeto gráfico exige por parte do designer a necessidade de utilizar o mesmo estilo gráfico durante a paginação das suas distintas edições. Para este autor, deverão ser utilizados um máximo de três fontes tipográficas para compor o título, subtítulo, texto e legenda, bem como o uso de fontes tipográficas que tenham como variações a fonte regular, o itálico e o negrito, de forma a utilizar o menor número de fontes possíveis que confirmem à marca a sua própria identidade. As cores utilizadas deverão também ser adequadas para apresentar corretamente a informação e o contexto do jornal, de forma a evitar que o projeto perca a sua identidade.

Em suma, um projeto gráfico deve ser visualmente apelativo para o público-alvo de forma a ser possível angariar novos leitores, porém deverá ter uma comunicação visual coerente para o público reconhecer facilmente o jornal.

2.5 Hábitos de leitura de jornais em Portugal

Em Portugal, existem diversos meios de comunicação lidos pelos portugueses, nomeadamente jornais, livros e revistas, possibilitados pela existência da imprensa. Perante este facto, serão analisados os hábitos de leitura de jornais em Portugal.

Conforme Silva (2012), verifica-se que os leitores de jornais têm maior incidência na população que completou o 9.º ano e posterior, principalmente devido ao aumento da taxa de escolarização (Lopes, 2011). Com base em inquéritos, verifica-se que o maior número de leitores se situa nos jornais com “(83%)” (Neves, 2010, p. 38).

Segundo a análise dos perfis dos leitores de 1997 a 2007 por Lopes (2011), os leitores de jornais são maioritariamente homens mais velhos, porém com um nível de escolarização mais baixo do que os leitores literários. Com base em Oliveira como citado em Horta (2004), verifica-se o baixo índice de leitura de jornais de Portugal, comparativamente com outros países da Europa:

“Em média, nos quinze países da União Europeia, 46% dos indivíduos afirma ler jornais quase todos os dias da semana. Os níveis mais elevados observam-se na Finlândia (77,8%), na Suécia (77,7%), na Alemanha (65,5%) e no Luxemburgo (62,7%), enquanto nos países do sul se verificam os níveis mais baixos: 25,1% em Portugal, 24,8% em Espanha e 20,3% na Grécia. É também nestes três últimos países que um maior número de indivíduos afirmam nunca lerem jornais, respectivamente, 30,5%, 23,4% e 25,5%” (Eurobarómetro, 2002 como citado em Horta, 2004).”

Neves (2011) verificou também que nos países onde existe uma elevada taxa de escolaridade, nomeadamente em Portugal, existe uma diminuição na

percentagem de leitores de jornais. Este facto deve-se à predominância dos meios digitais devido à monotonia dos meios tradicionais, ocupação com a vida pessoal e profissional, falta de tempo e estilo de vida da população (Agência Lusa, 2016, & Associação Portuguesa de Sociologia, 2008). Assim, “é previsível que esta variável deixe de ser um factor discriminante relativamente à leitura de jornais. Efectivamente, desde o final dos anos 90, em vários países europeus, a educação já não é considerada um indicador com influência na leitura de jornais” (Lauf, 2001 como citado em Horta, 2004).

Quanto aos hábitos de leitura dos jovens universitários, de acordo com Yubero, et al. (2014) e com a figura 15:

“Em Portugal, os estudos sobre hábitos leitores de alunos têm colocado o enfoque em outros níveis de ensino, veja-se Lages et al. (2007). (...) A leitura de jornais estende-se a 96.4% dos estudantes universitários. De entre eles, 35% lê a imprensa com regularidade (...) Assim, 7.6% dos não leitores nunca lê o jornal, enquanto que entre os leitores a percentagem reduz-se a metade (4% de leitores ocasionais e 2.5% de leitores frequentes). (...) 15.3% não lê nenhum jornal; 44.4% lê, apenas, a imprensa nacional e 8.5% a imprensa local e quase 10% as duas, enquanto 7.7% lê, exclusivamente, imprensa desportiva. 4.2% lê todos os tipos de jornais sobre os quais inquirimos” (Yubero, et al., 2014, p. 1 e p. 18).

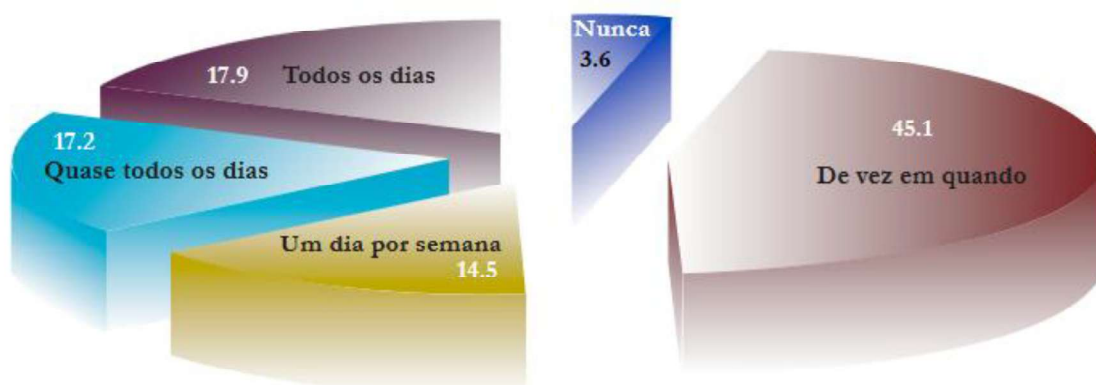


Figura 15 — Hábitos de leitura de jornais dos jovens universitários. (Fonte: Yubero et al., 2014).

Um estudo mais recente realizado pela Agência Lusa (2023) afirma que, em 2022, a leitura de jornais diminuiu consideravelmente quando comparada com o ano de 2016, dado que os jovens têm preferência por outras atividades ao contrário da leitura. No entanto, os mais velhos priorizam este tipo de suportes (Agência Lusa, 2023).

Segundo Fidalgo (2022), “Cerca de 43% dos portugueses com 15 ou mais anos leem jornais frequentemente e 17% recorre apenas às edições em papel, segundo o estudo ‘Práticas Culturais dos Portugueses’, desenvolvido pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa” e que “na esfera digital, os jornais são a publicação mais lida diariamente (21%)” (Fidalgo, 2022). Ligeiro (2022) realizou um questionário onde analisou os hábitos de leitura digitais realizados por *smartphone* pelos jovens universitários em Portugal (Figuras 16 e 17), onde é verificado que a leitura de notícias ocorre maioritariamente através das redes sociais.

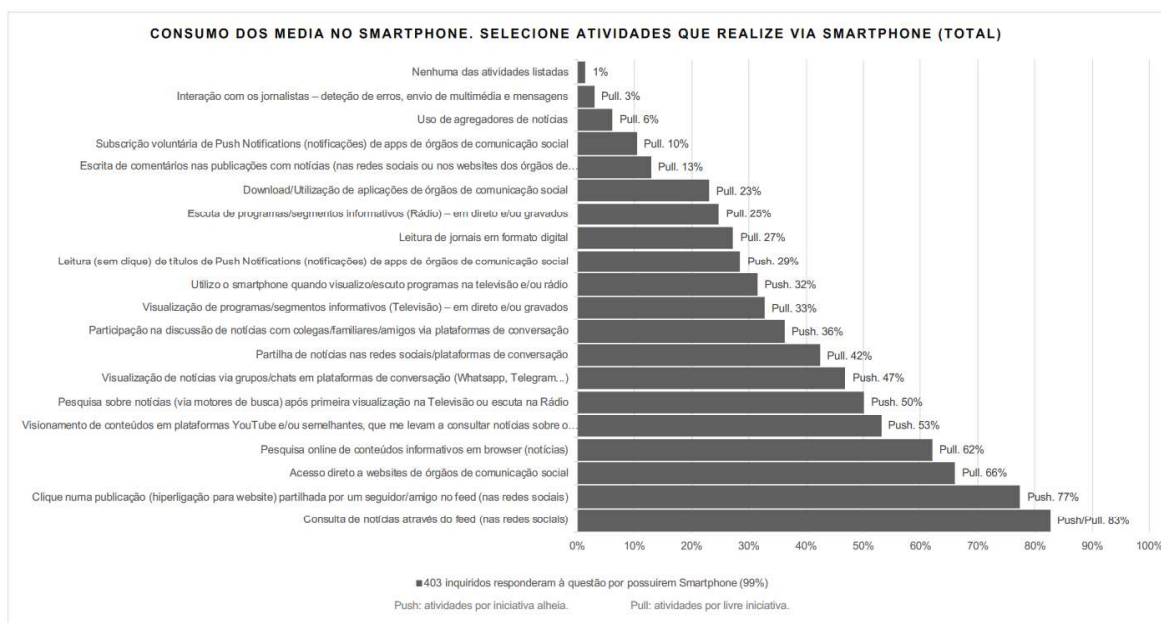


Figura 16 — Consumo dos media no *smartphone*. (Fonte: Ligeiro, 2022).

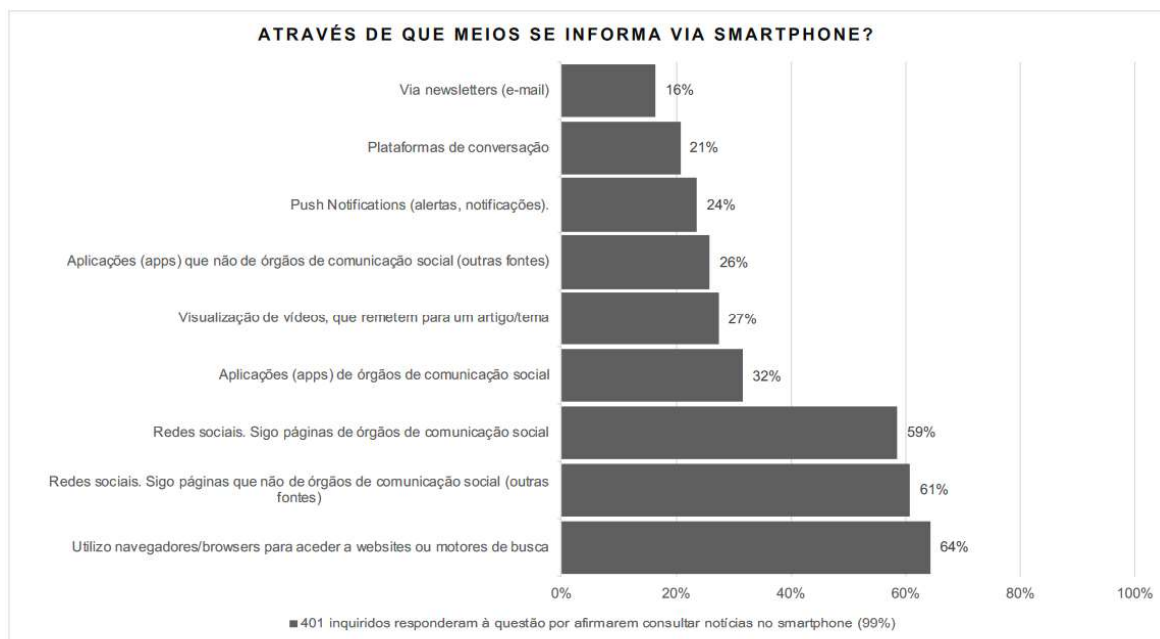


Figura 17 — Meios que os jovens universitários utilizam para se informarem via *smartphone*. (Fonte: Ligeiro, 2022).

A ausência de hábitos de leitura na população portuguesa revela consequências devastadoras (Neves, 2010), nomeadamente “*estagnação económica, desigualdade social, fraca competitividade, subalternização no contexto internacional*”, o que irá dificultar o desenvolvimento de toda a sociedade (European Commission, 2012, como citado em Vilar, 2016).

Em suma, verifica-se que os hábitos de leitura de jornais em Portugal diferem nas diversas faixas etárias, sendo que os jovens são os que leem menos devido à preferência por outras atividades culturais.

2.6 Síntese do capítulo

De forma a alcançar os objetivos pretendidos com a investigação a desenvolver, foi necessário analisar determinados temas.

No que concerne ao Design de Comunicação, é definido principalmente pelo conceito de comunicação visual que diz respeito à utilização dos elementos gráficos para transmitir mensagens de forma clara e atraente para o público, tanto em meios digitais como em meios impressos.

Relativamente ao Design Editorial, consiste também na comunicação visual do conteúdo gráfico a transmitir, porém a transmissão da mensagem é realizada através da paginação de conteúdo tanto em meios digitais como nos meios

impressos, e que tem como foco principal a instrução e o entretenimento do público-alvo.

Quanto à Publicação periódica, esta é definida como publicações realizadas em série com o mesmo nome e com um determinado intervalo tempo, que poderá ser semanal, mensal ou até mesmo semestral.

No que toca à Publicação impressa vs. Publicação digital, tem-se verificado o decréscimo da venda de jornais impressos, devido à preferência pelo conteúdo gratuito e também pelo aumento do custo de produção dos jornais e, conseqüentemente, dos seus preços. Verifica-se que a população portuguesa tem preferência por jornais digitais, principalmente devido à disponibilidade em todos os dispositivos digitais, bem como do seu preço. No entanto, os portugueses acabam por nem sempre verificar a veracidade da informação apresentada, ao contrário do que acontece nos jornais impressos. Além disso, quer as publicações impressas, quer as digitais necessitam que a tipografia, formato e cor, sejam uniformes entre si, de forma a consolidar a identidade visual de um projeto gráfico.

Quanto aos constituintes de um projeto editorial: jornal, são os elementos que permitem a um projeto gráfico encontrar-se bem estruturado e transmitir uma mensagem eficaz para o leitor.

Já a Identidade visual permite a cada jornal diferenciar-se dos restantes, devendo ser o mais simples possível. É constituída pelo logótipo ou marca gráfica, grelha, tipografia, *layout*, grafismo, imagética e cor.

Quanto à Personalidade da marca, esta pode ser definida como um conjunto de características humanas associadas a uma determinada marca, consideradas no modelo “*big five*” (Aaker, 1997, p. 347).

No que concerne à missão, visão e valores de uma determinada marca, verifica-se que estas são essenciais para determinar o que uma determinada marca pretende atingir e o que a representa, nomeadamente a sua abordagem sobre o futuro.

No que concerne à marca gráfica, esta necessita de ser atrativa o suficiente para que um determinado público escolha uma marca em vez de outra. Poderá ser composta pelo logótipo, símbolo ou uma combinação dos dois, bem como ser compreensível em todos os suportes de comunicação utilizados por uma determinada marca.

Relativamente à tipografia e logótipo/marca gráfica, é o primeiro elemento visualizado pelo público, sendo assim o mais importante em todos os suportes de comunicação.

No que toca à cor, esta considera-se essencial na criação de um jornal, pois releva a hierarquia visual da paginação utilizada. A cor é também essencial, devido ao facto de o público-alvo associar determinados sentimentos e emoções às imagens providenciadas por uma determinada marca.

Já a capa ou primeira página é considerada como o elemento mais importante de um projeto gráfico pois permite captar a atenção do leitor. O cabeçalho é o primeiro elemento tipográfico observado pelo leitor que permite entender os valores da marca. Já as chamadas de capas encontram-se relacionadas com a imagem da capa e o conteúdo do próprio jornal.

Quanto às funções do texto subdividem-se nos seguintes conceitos: Título, que é o primeiro elemento observado pelo leitor devido ao seu destaque; Subtítulo, que desempenha um papel menos importante do que o Título da publicação; Linha-fina, que atua como antecedente do Título, com menos destaque do que o Subtítulo; Linha de créditos, utilizada perto de fotografias que indicam o seu autor; *Lead*, que antecede uma determinada notícia e resume-a; Capitulares/Maiúsculas iniciais, que definem-se como uma única letra que utiliza um corpo de texto bastante superior à da notícia; Corpo de texto, que é o conteúdo textual de uma notícia; Entretítulo, citação e olho, definido pelo destaque conferido a uma determinada palavra ou frase, que poderá ser apresentado entre aspas; Legendas, que explicam uma determinada fotografia; Fólios e marcadores, que representam o número da página e seção que o leitor observa naquele momento; e Divisores de seção, que consistem na disposição diferente de todos os elementos na apresentação de determinadas notícias.

No que toca ao sistema de grelha, este permite a cada publicação e às suas páginas ganhar identidade no mercado e tornarem-se reconhecidas através do seu aspeto visual. A grelha pode ser simétrica para uniformizar todo o conteúdo, assimétrica para diferentes *layouts*, de colunas para estruturar facilmente a informação através de diversas colunas, modular que é proporcional devido à divisão horizontal e vertical, e de construção que não é criada antes de começar o *layout* e onde os elementos são dispostos no decorrer da composição. Os componentes da grelha são margens interiores, exteriores, superiores e inferiores, área tipográfica, campo, módulo, coluno, goteiras, fólio e marcador, grelha de linhas de base.

Quanto ao *layout* assenta principalmente na hierarquia visual para a transmissão igualmente correta de uma determinada mensagem.

No que concerne à tipografia, esta permite a um determinado jornal alcançar uma boa visibilidade perante o público, e deverá ser utilizado o menor número de fontes tipográficas possíveis.

Relativamente à composição de texto pode ser constituída por vários elementos: escala tipográfica, que permite a organização e o destaque de determinadas palavras e títulos ao longo do texto; *tracking*, que consiste no ajuste do espaço entre letras; *kerning*, que permite o ajuste entre dois caracteres; entrelinha, que consiste no espaço entre duas linhas de texto; alinhamento horizontal do texto, que ajusta o texto nas colunas de diferentes formas; legibilidade, que consiste na facilidade de reconhecimento de uma letra ou palavra e leiturabilidade, que é a

facilidade de compreensão de um conjunto de palavras; e hifenização, que permite a quebra de palavras longas.

Quanto à imagética, pode ser considerada como um elemento de proximidade dos jornais ao seu público-alvo que deverá estar associada aos valores da marca.

No que toca ao grafismo revela ser um complemento da identidade visual, dado que utiliza partes/elementos desta.

No que concerne à estrutura editorial, esta é definida pela capa ou primeira página e pelo conteúdo editorial, que deverá estar acompanhada por um bom sistema de navegação entre páginas.

Quanto ao projeto gráfico, este deve ser visualmente apelativo para o público-alvo de forma a ser possível angariar novos leitores, porém deverá ter uma comunicação visual coerente para o público reconhecer facilmente um determinado jornal a cada edição.

Por fim, nos hábitos de leitura em Portugal, verifica-se um maior número de leitores de jornais na população mais velha. Os jovens são os que leem menos devido à preferência por outras atividades culturais.

Capítulo III – Investigação Ativa

O presente capítulo consiste na apresentação da empresa, através do seu historial, serviços e portfólio, posicionamento no mercado e clientes e mercado concorrencial; na apresentação do estágio, através da estrutura organizacional da empresa e calendário de projetos; nos projetos desenvolvidos, divididos por grandes, pequenos e apoio técnico; no *redesign* do jornal Ensino Magazine, assente na criação de um projeto gráfico e desenvolvimento de outros meios, como as redes sociais, *website* para desktop e móvel; e síntese de todo o capítulo. Este capítulo apresenta, assim, o estudo exploratório da investigação.

3.1 Caracterização da Empresa

A empresa onde foi realizado o estágio tem como nome RVJ Editores (Figura 18) e como forma jurídica RVJ Editores, Lda (RVJ Editores, s.d.), capital social no valor de “€ 5.007,00”, Objeto Social atividades em Design, como sócios João Carrega, Vitor Tomé e Rui Rodrigues (Heyzine, 2024), e como Atividade Económica “no âmbito de Outras actividades de edição”, tendo como CAE listadas as seguintes atividades: “58190 - Outras actividades de edição”; “58130 - Jornais” e “58110 - Edição de Livros” (Racius, s.d.).

Esta empresa apresenta como missão “satisfazer os nossos clientes, concretizando os seus objetivos, com rigor, criatividade e inovação é o nosso propósito” (RVJ Editores, s.d., para. 1). A empresa apresenta-se, ainda, como Empresa Jornalística nº221610, localizada na Avenida do Brasil 4 R/C, com o código postal 6000-079 e localizada no município de Castelo Branco (RVJ Editores, s.d.).

O estágio decorreu durante os dias de semana, de segunda a sexta-feira, exceto aos fins de semana e feriados, entre 2 de setembro de 2024 a 31 de março de 2025. A mestrandia teve como tutora Carine Pires.



Figura 18 — Marca gráfica da RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, 2024).

3.1.1 Historial da empresa

A RVJ Editores foi fundada em 1997 pelos sócios Rui Rodrigues, Vitor Tomé e João Carrega. Em 1998 foi criado o Ensino Magazine e, em 1999, o Oleiros Magazine. Neste ano, os sócios começaram a realizar projetos editoriais de livros. Foi pioneira a nível nacional ao vencer um concurso europeu e já criou jornais regionais, como O Acelera, Albi, Decatlo e O Docente.

3.1.2 Serviços e Portfólio

No que concerne ao Design Gráfico, a RVJ tem a capacidade de criar “*marcas, logótipos desdobráveis, cartazes, cartões pessoais, calendários, autocolantes, postais personalizados, postais de boas festas personalizados, campanhas de marketing, roteiros turísticos, entre outros*” (RVJ Editores, s.d., para. 9).

Quanto à edição de livros e revistas (Figuras 19, 20, 21 e 22), a RVJ afirma que trabalha e tem ligações com diversos autores, para além de ampliarem os seus canais de divulgação, nomeadamente na Wook (Porto Editora), na Bertrand e da apresentação de uma loja virtual (RVJ Editores, s.d.).



Figura 19 — Lista de jornais editados pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).

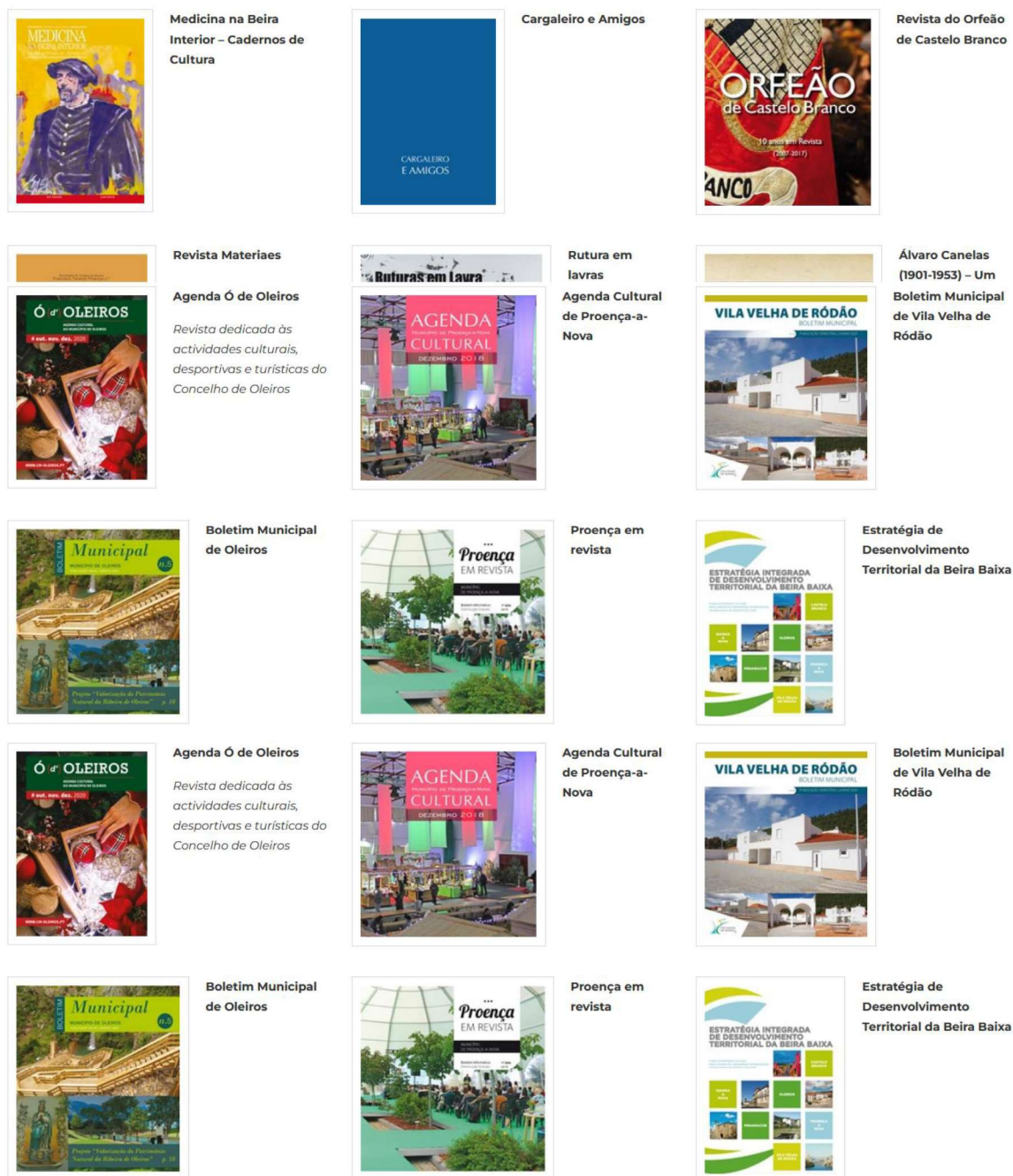


Figura 20 — Lista de revistas editadas pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).

Cartazes:



Desdobráveis:



Calendários:

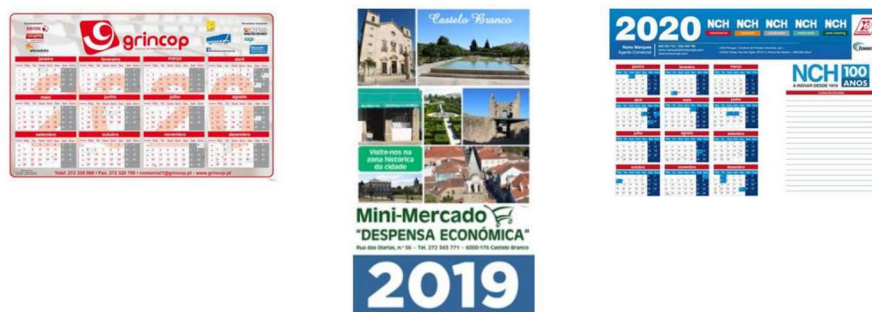


Figura 21 — Lista de produtos de design gráfico editados pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).



Figura 22 — Lista de marcas gráficas criadas pela RVJ Editores. (Fonte: RVJ Editores, s.d.).

3.1.3 Posicionamento no mercado e Clientes

É a segunda editora de livros em Portugal, sendo a empresa Livraria Almedina a primeira. A publicação Ensino Magazine é a primeira em Portugal, devido a uma quota de mercado e audiência grande. Em Oleiros, têm a principal publicação, a Oleiros Magazine, e em comunicação apresentam um público de média escala, atuando em maior número em concursos públicos. Acerca dos clientes da RVJ Editores, o seu mercado principal é o português, apesar de atuarem também no mercado espanhol, embora em menor número (João Carrega, comunicação pessoal, 26 de setembro de 2024).

O Ensino Magazine tem como público-alvo jovens universitários, embora seja também direcionado aos docentes das universidades. O suplemento Ensino Magazine Jovem é direcionado para o público mais jovem, nomeadamente estudantes das escolas do ensino básico e secundário.

Para João Carrega (comunicação pessoal, 5 de março de 2025), a diversidade do público leitor do jornal é heterogénea, dado que desde os jovens às pessoas aposentadas o lêem, incluindo os estudantes e as suas famílias. O jornal é considerado mais lido em território português, especialmente no interior e no centro, como em Coimbra e em Leiria. Para concluir, considera-se que existe uma igualdade de género entre os leitores do jornal Ensino Magazine.

3.1.4 Mercado Concorrencial

A RVJ Editores atua em Castelo Branco, porém por ser “*proprietária de dois jornais: o Ensino Magazine, distribuído em Portugal, Espanha, Palops e Macau; e o Oleiros Magazine, o único jornal do concelho de Oleiros*” (RVJ Editores, s.d., para. 3), acabando por atuar nos países que falam a língua portuguesa, mas também língua espanhola.

As principais empresas concorrentes são a CM7, localizada em Castelo Branco, a nível de boletins informativos e edição gráfica, bem como o Código 912, também a nível gráfico. Em Oleiros, a principal publicação concorrente é o Jornal de Oleiros. A nível nacional, as principais publicações concorrentes do jornal Ensino Magazine são o Fórum Estudante e a Mais Educativa, com conteúdo semelhante, enquanto a nível editorial são as empresas Livraria Almedina, Chiado Books e LeYa (João Carrega, comunicação pessoal, 26 de setembro de 2024).

3.2 O Estágio

O seguinte ponto apresenta a estrutura organizacional da empresa onde foi realizado o estágio, bem como o calendário de projetos realizados. O capítulo seguinte (3.3) apresenta os projetos realizados pela mestranda neste âmbito.

3.2.1 Estrutura organizacional da empresa

A RVJ Editores é uma microempresa, composta por quatro funcionários a tempo inteiro (João Carrega, Carine Pires, André Antunes e Francisco Carrega), com colaboradores em todos os distritos e um jornalista especializado em Lisboa. A gerência da empresa é composta por três pessoas: João Carrega (diretor), Rui Rodrigues (também da gerência) e Vitor Tomé. A empresa tem como designer chefe Carine Pires e como designer André Antunes, que publicita a publicação Ensino Magazine em feiras como a Futurália e a Lisboa Games Week, e como secretário e diretor do Oleiros Magazine, Francisco Carrega (João Carrega, comunicação pessoal, 26 de setembro de 2024).

A mestranda, nesta equipa, desempenhou funções de designer gráfica e audiovisual, tendo auxiliado também na distribuição do jornal Ensino Magazine e de outras publicações gráficas, como o boletim informativo Proença em Revista.

3.2.2 Calendário de Projetos

Para uma melhor organização dos projetos desenvolvidos no âmbito do estágio, foram desenvolvidas três calendarizações separadas pelo tipo de projetos realizados (grandes projetos, pequenos projetos e apoio técnico). Estas calendarizações podem ser consultadas nas figuras 23 (grandes projetos), 24 (pequenos projetos) e 25 (apoio técnico).

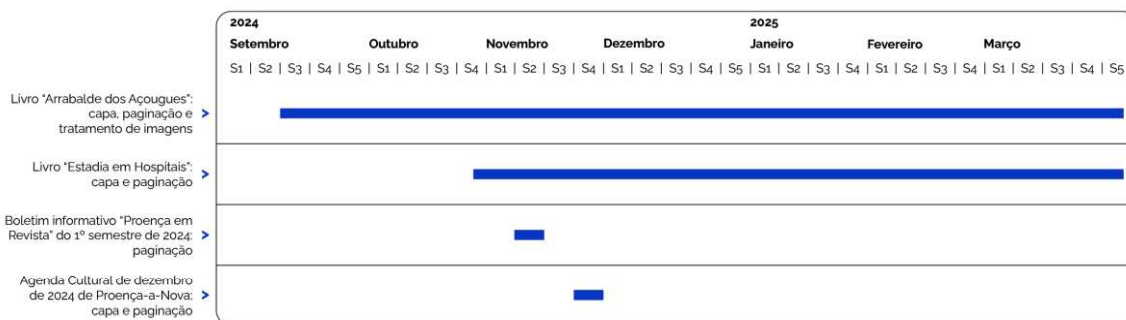


Figura 23 — Calendário de grandes projetos realizados pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 24 — Calendário de pequenos projetos realizados pela mestrandia. (Fonte: Autora, 2025).

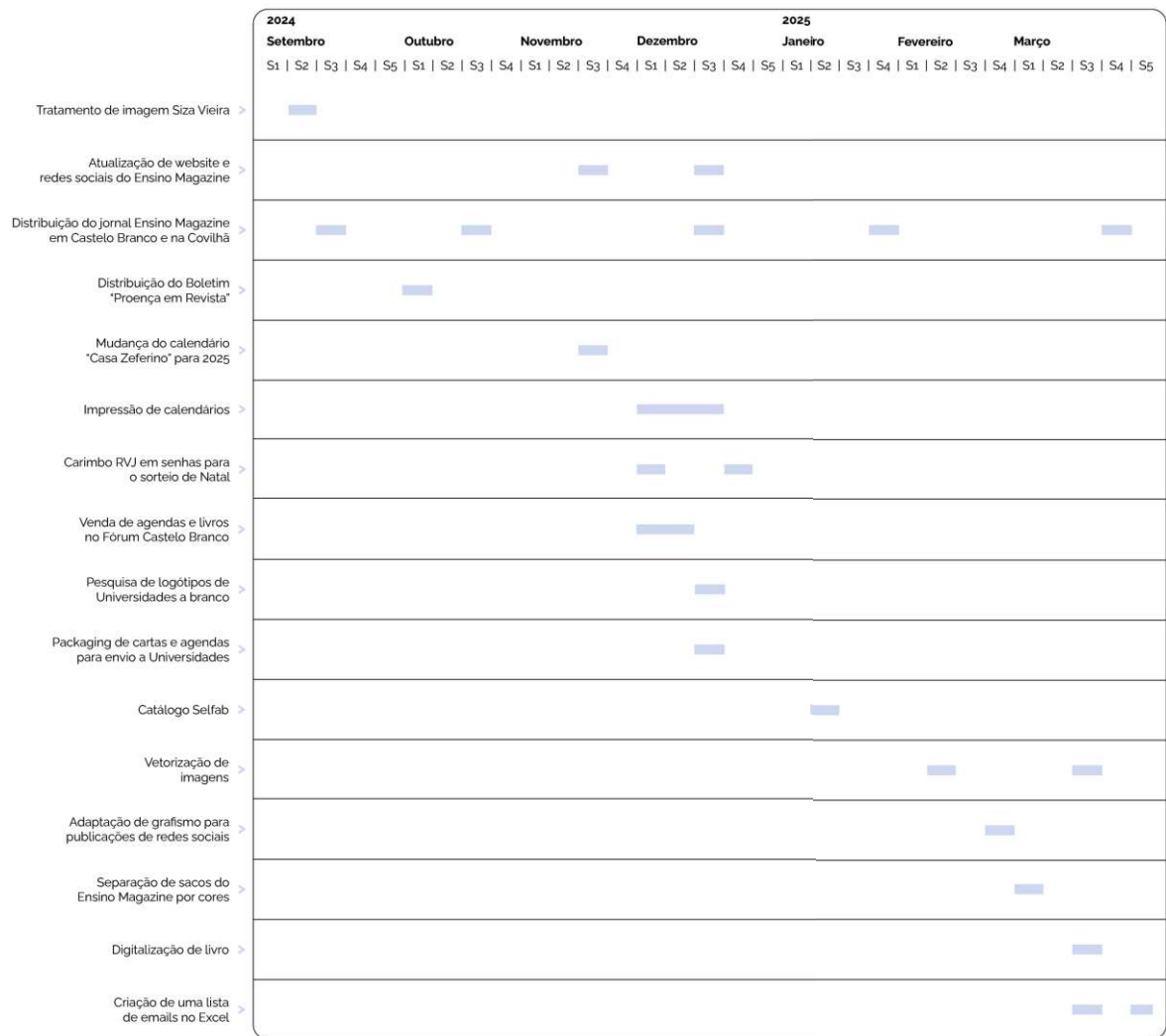


Figura 25 — Calendário de apoio técnico realizado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

3.3 Projetos desenvolvidos

Este subcapítulo aborda os projetos desenvolvidos pela mestranda durante o estágio realizado na RVJ Editores. Estes projetos dividem-se em:

- Grandes Projetos, pela dimensão e responsabilidade atribuída à mestranda nestes trabalhos, mas também por se relacionarem mais com a questão ou tópico investigativo;
- Pequenos Projetos, pela dimensão, mas também por se relacionarem parcialmente com o tópico investigativo;
- Apoio Técnico, que consistem em pequenas tarefas desenvolvidas de apoio (atualização de redes sociais, apoio no tratamento de uma imagem ou um convite, uma etiqueta, entre outros pequenos trabalhos).

Os projetos terão descrito o *briefing*, tempo para concretização, antecedentes do trabalho (o que foi feito antes para este cliente), concorrentes/setor de atividade, conceito, estudos, propostas, validação e desenvolvimento (arte final incluída). No que respeita ao projeto que consiste no redesign do jornal Ensino Magazine, este consta no ponto 3.5 do presente relatório, devido ao facto de o projeto ter sido desenvolvido em paralelo ao estágio.

Por fim, haverá um pequeno parágrafo de conclusão onde se reflete a contribuição da realização de todos os projetos para o tópico investigativo.

3.3.1 Grandes Projetos

Grande projeto 1: Livro “Arrabalde dos Açougues”

Cliente: Francisco Carrega

Duração: 6 meses (20 de setembro de 2024 a 31 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda o *redesign* do livro “Arrabalde dos Açougues”, criado por Francisco Carrega, que considerou a criação de um novo *layout* (Figuras 26 a 28) e de novas imagens, tratadas também pela mestranda.

Especificações técnicas:

Formato: A5

Número de páginas: 128

Tipo de impressão: *Offset*

Desenvolvimento do projeto: A fase inicial do projeto consistiu no tratamento de diversas imagens, para serem integradas posteriormente num livro. Assim, estas imagens foram corrigidas através da remoção de carros, mas também através da melhoria da sua qualidade pelo contraste.

Já no projeto gráfico do livro, foi necessário manter o *layout* simples devido ao público-alvo e ao próprio escritor do livro, que é alternada entre texto, texto e imagem e imagens. Foi também necessário superar alguns desafios, nomeadamente as sucessivas trocas de *layout* e de imagens a pedido do autor do livro. A tipografia “Utopia Std” foi selecionada devido ao facto de ser apropriado para o público-alvo e o tema do livro em si. Já a escolha da cor da capa e de algumas funções dos textos, deveu-se a um portão existente no bairro do Arrabalde dos Açougues e, como tal, considerou-se adequada a sua implementação (Figuras 29 a 32).

Para concluir, o livro foi finalizado, tendo a sua ortografia sido revista pela RVJ Editores e impresso também pela empresa.

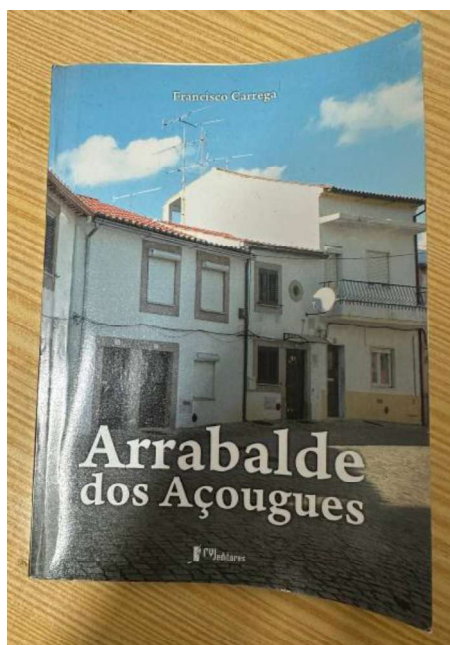


Figura 26 — Capa da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 27 — Primeira página da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).

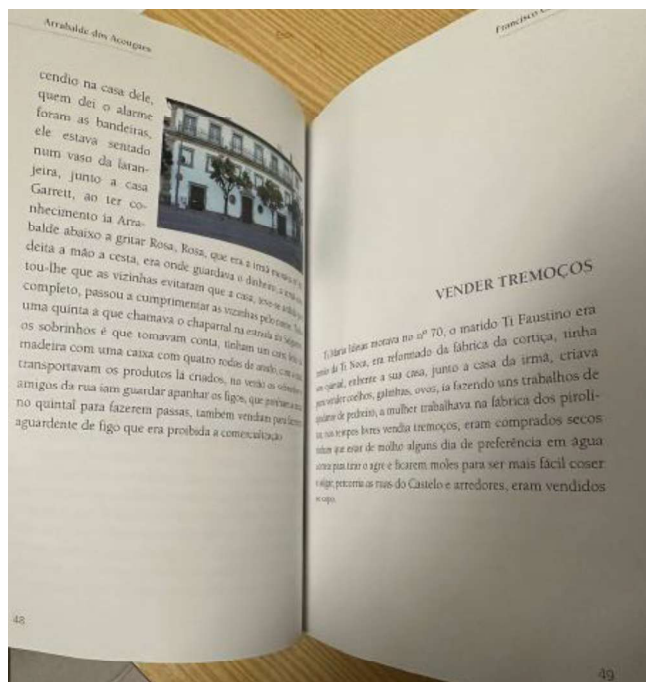


Figura 28 — Páginas da primeira edição do livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).

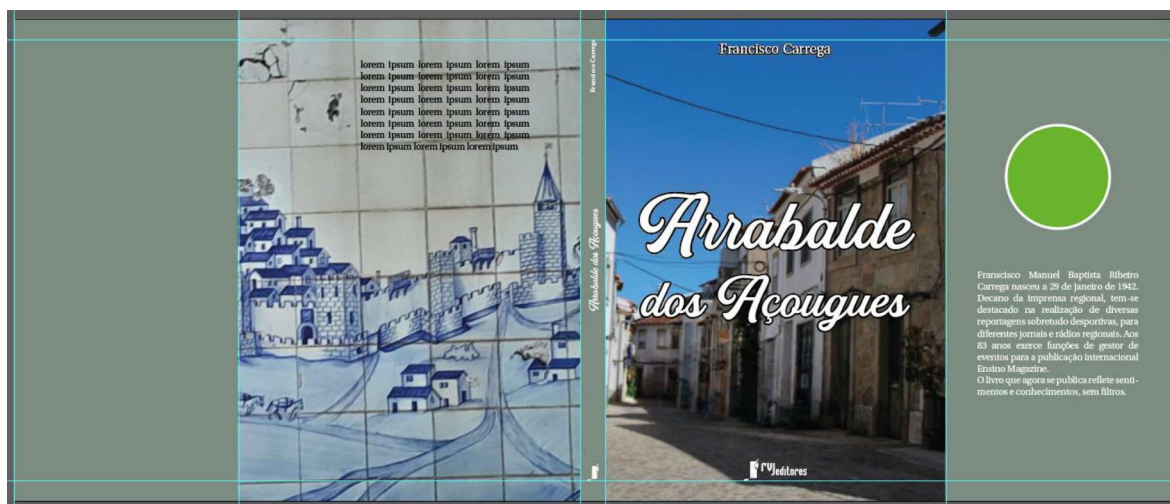


Figura 29 — Layout da capa utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 30 — Novo projeto gráfico: layout das páginas 8 e 9, utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 31 — *Mockup* da capa utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 32 — *Mockup* das páginas 8 e 9, utilizada no livro “Arrabalde dos Açougues”. (Fonte: Autora, 2025).

Grande projeto 2: Livro “Estadia em Hospitais”

Cliente: Francisco Carrega

Duração: 5 meses (17 de outubro de 2024 a 31 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a criação de projeto gráfico e paginação do livro “Estadia em Hospitais”, escrito por Francisco Carrega.

Especificações técnicas:

Formato: A5

Número de páginas: 452

Tipo de impressão: *Offset*

Desenvolvimento do projeto: No projeto gráfico deste livro, foi necessário ultrapassar alguns desafios, nomeadamente na ausência de imagens e de capítulos. Assim, todo o livro é formado por blocos de texto e, de forma a tornar a leitura apelativa, foi necessário adicionar espaços entre os parágrafos, de forma a facilitar a leitura de todo o texto (Figuras 34, 35, 36, 38, 39 e 40). A tipografia “Utopia Std” foi selecionada devido ao facto de ser apropriado para o público-alvo e o tema do livro em si, para além de seguir a mesma linha gráfica do outro livro do autor. Já a escolha da cor da capa e de algumas funções dos textos, deveu-se ao facto de simbolizar melancolia e, como tal, considerou-se adequada a sua implementação (Figuras 33 e 37).

Para concluir, o livro foi finalizado, tendo a sua ortografia sido revista pela RVJ Editores e impresso também pela empresa.

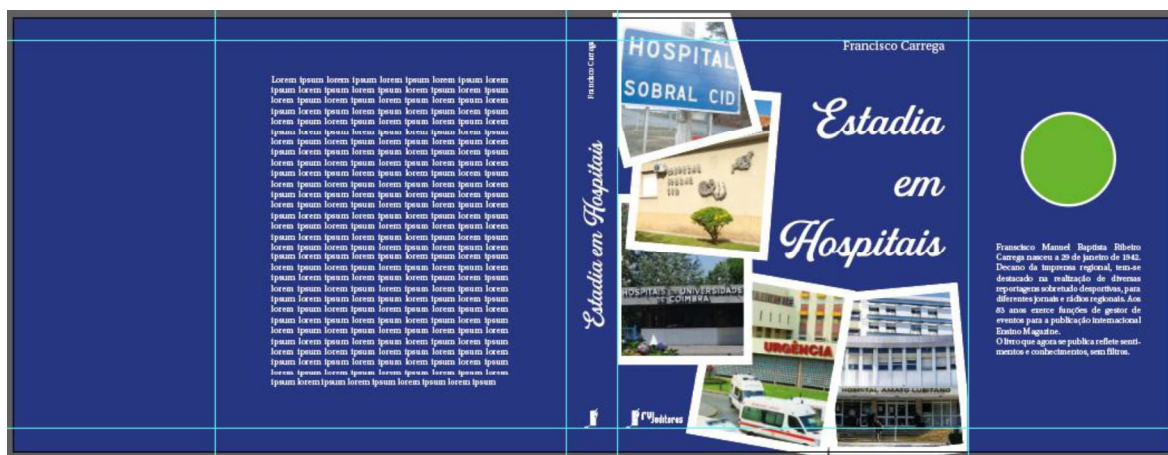


Figura 33 — Layout da capa utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).

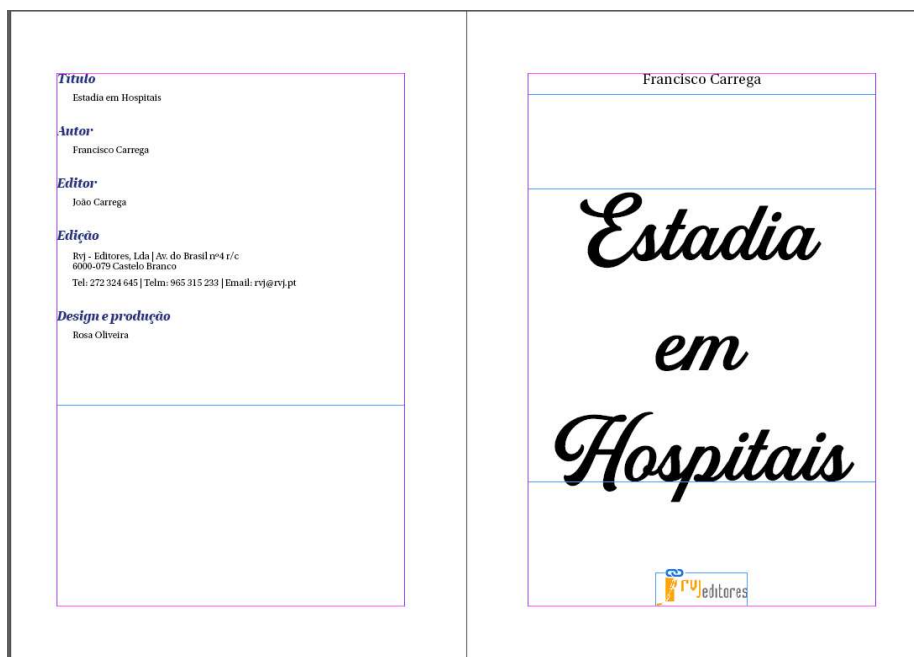


Figura 34 — *Layout* da ficha técnica e folha de rosto, utilizadas no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).

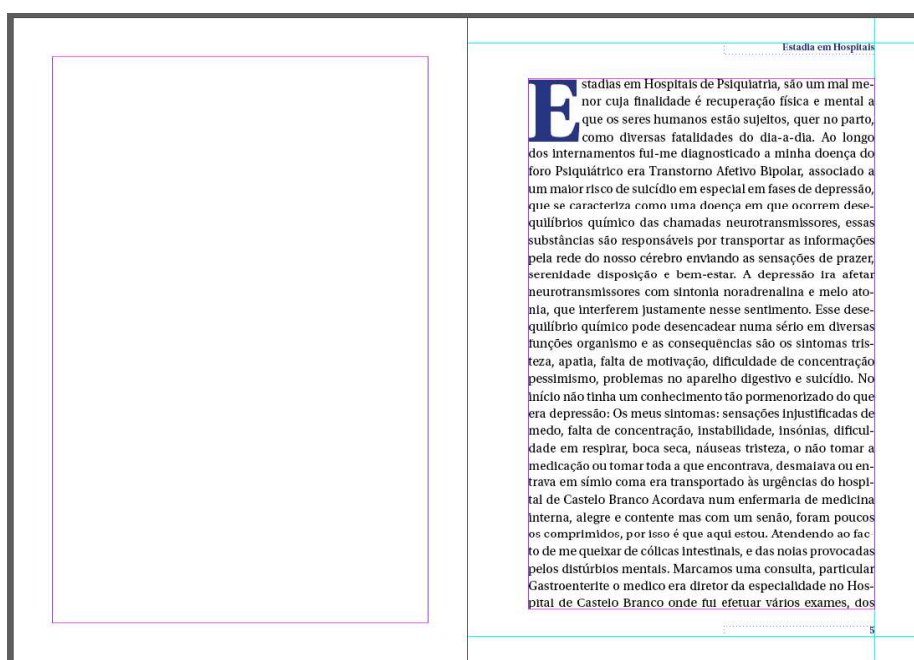


Figura 35 — *Layout* das páginas 4 e 5, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).

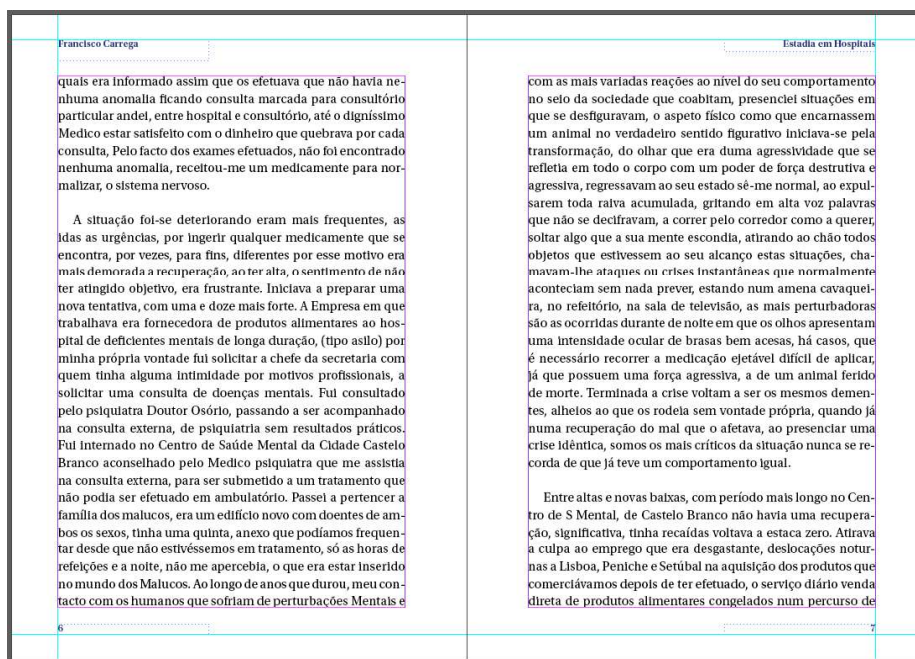


Figura 36 — *Layout* das páginas 6 e 7, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 37 — *Mockup* da capa utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 38 — *Mockup* da ficha técnica e folha de rosto, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 39 — *Mockup* das páginas 4 e 5, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 40 — *Mockup* das páginas 6 e 7, utilizada no livro “Estadia em Hospitais”. (Fonte: Autora, 2025).

Grande projeto 3: Paginação do Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1º semestre de 2024

Cliente: Município de Proença-a-Nova

Duração: 5 dias (11 a 18 de novembro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a paginação da edição de novembro do boletim informativo “Proença em Revista”, com imagens tratadas por outra estagiária da RVJ Editores.

Especificações técnicas:

Formato: 21x21cm

Número de páginas: 82

Tipo de impressão: *Offset* com verniz geral com efeito brilhante

Desenvolvimento do projeto: A paginação do boletim informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024 teve por base edições anteriores, sendo utilizado o mesmo *layout*, porém com outras notícias e imagens. Estruturar este tipo de publicação revelou-se um desafio ao longo de 80 páginas, pois algumas notícias eram curtas e sem qualquer uso de imagem, enquanto outras eram demasiado longas com muitas imagens. No entanto, a mestranda conseguiu ultrapassar todas estas dificuldades através do ajuste de entrelinha e espaçamento de texto,

conseguindo um *layout* com informação corretamente balanceada e com uma correta hierarquia visual, de forma que o público-alvo consiga ler facilmente a informação que deseja.

Em suma, é essencial a existência da hierarquia visual nas publicações, de forma a conciliar toda a informação disponível no boletim (Figuras 41 a 51).



Figura 41 — *Layout* utilizado no boletim informativo “Pronça em Revista” do 1º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 42 — *Mockup* de duas páginas da seção Cultura, propostas para o Boletim Informativo “Pronça em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 43 — *Mockup* de uma página da seção Cultura e o separador de Destaque, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).

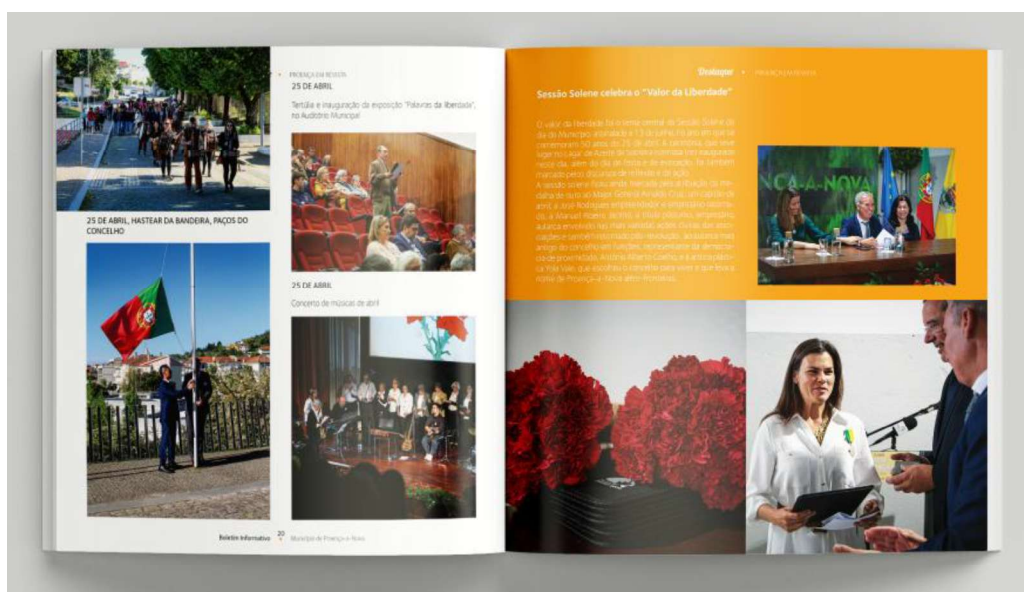


Figura 44 — *Mockup* de duas páginas da seção Destaque, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 45 — *Mockup* de duas páginas da seção Desporto, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 46 — *Mockup* de duas páginas da seção Ação Social, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 47 — Mockup de duas páginas da seção Ambiente, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 48 — Mockup de duas páginas da seção Economia & Desenvolvimento, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 49 — Mockup de duas páginas da seção CCVF, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 50 — Mockup de duas páginas da seção Factos e Eventos, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 51 — *Mockup* de duas páginas da seção Proença na Imprensa, propostas para o Boletim Informativo “Proença em Revista” do 1.º semestre de 2024. (Fonte: Autora, 2024).

Grande projeto 4: Paginação e criação da capa da Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024

Cliente: Município de Proença-a-Nova

Duração: 1 dia (25 de novembro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a paginação e criação da capa da Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024.

Especificações técnicas:

Formato: A5

Número de páginas: 20

Tipo de impressão: *Offset*

Desenvolvimento do projeto: A paginação teve por base edições anteriores, sendo utilizado o mesmo *layout*, porém com outras notícias e imagens. Com 20 páginas, foi necessário lidar com alguns desafios, nomeadamente colunas com texto e imagens e publicidade a ocuparem uma coluna inteira, sendo necessário balancear toda a informação existente. Estes fatores foram resolvidos através do ajuste de imagens, entrelinha e espaçamento de texto, de forma que exista uma hierarquia visual coerente (Figuras 53, 54, 55 e 56). Por fim, foi necessário criar uma capa e definir duas cores principais para a publicação, igualmente inspirada em edições anteriores (Figura 52).

Em suma, a hierarquia visual é essencial nas publicações, devido ao facto de ser possível colocar toda a informação existente de uma maneira a ser facilmente perceptível pelo público-alvo.



Figura 52 — *Mockup* da capa proposta para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 53 — *Mockup* das páginas 2 e 3, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 54 — Mockup das páginas 8 e 9, propostas para a Agenda Cultural do município de Prouença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 55 — Mockup das páginas 12 e 13, propostas para a Agenda Cultural do município de Prouença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 56 — *Mockup* das páginas 18 e 19, propostas para a Agenda Cultural do município de Proença-a-Nova de dezembro de 2024. (Fonte: Autora, 2024).

3.3.2 Pequenos Projetos

Pequeno projeto 1: Calendário para as freguesias de Cambas e Sarnadas de S. Simão

Cliente: Freguesia de Cambas e Junta de Freguesia de Sarnadas de São Simão

Duração: 6 dias (2 a 5 de setembro; 28 de novembro a 2 de dezembro; 6 de dezembro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores a criação de uma imagem para as duas freguesias para ser criado um calendário para 2025.

Especificações técnicas:

Formato: 32x45cm

Desenvolvimento do projeto: Os calendários desenvolvidos anteriormente por esta empresa para as freguesias de Cambas e Sarnadas nos anos de 2022 e 2023 serviram como base para a criação deste calendário.

Para o calendário da freguesia de Cambas, a cor que necessitava de estar incluída no calendário é o verde com os seguintes valores de cor: C: 76%; M: 37%; Y: 80%; K: 29%, sendo o *layout* e tipografia ao critério da mestrand. Assim, a tipografia escolhida, *Raleway*, foi utilizada em diferentes variações da família devido à sua simplicidade e por estar relacionada com a natureza. Já o *layout* utiliza

diversas formas geométricas, onde estão inseridas as diversas imagens da freguesia e por ser semelhante ao modelo dos anos anteriores. O *slogan* “Em harmonia com a natureza”, definido anteriormente, foi composto com as cores da freguesia no canto superior esquerdo, de forma a ocupar um elemento secundário no calendário.

Em dezembro, foi solicitado à RVJ Editores a criação de um novo *layout* para o calendário de 2025 da freguesia de Cambas, baseado no calendário de 2018 da Junta de Freguesia de Roios. Assim, foi necessário adaptá-lo para as cores e imagens utilizadas na Freguesia de Cambas e o próprio calendário de 2025, sendo o *layout* escolhido para o calendário da freguesia de Cambas, adaptado também para a versão de secretária (Figura 57).

A mesma regra (setembro) aplicou-se ao calendário da freguesia de Sarnadas de S. Simão, onde o *layout* e tipografia ficaram ao critério da mestranda. O verde utilizado tem os seguintes valores de cor: C: 90%; M: 33%; Y: 96%; K: 36%, sendo a cor da freguesia. A tipografia escolhida para este calendário foi a fonte Josefin Sans, escolhida também devido à sua simplicidade. O *layout* realizado pela mestranda utiliza diversas formas geométricas, onde também estão inseridas as diversas imagens da freguesia e ser semelhante ao modelo dos anos anteriores (Figura 58).

Assim, a hierarquia visual revelou ser importante para a criação de ambos os calendários através do seu *layout*.





Figura 57 — Propostas de *layouts* realizados para o calendário da freguesia de Sarnadas de S. Simão. (Fonte: Autora, 2024).

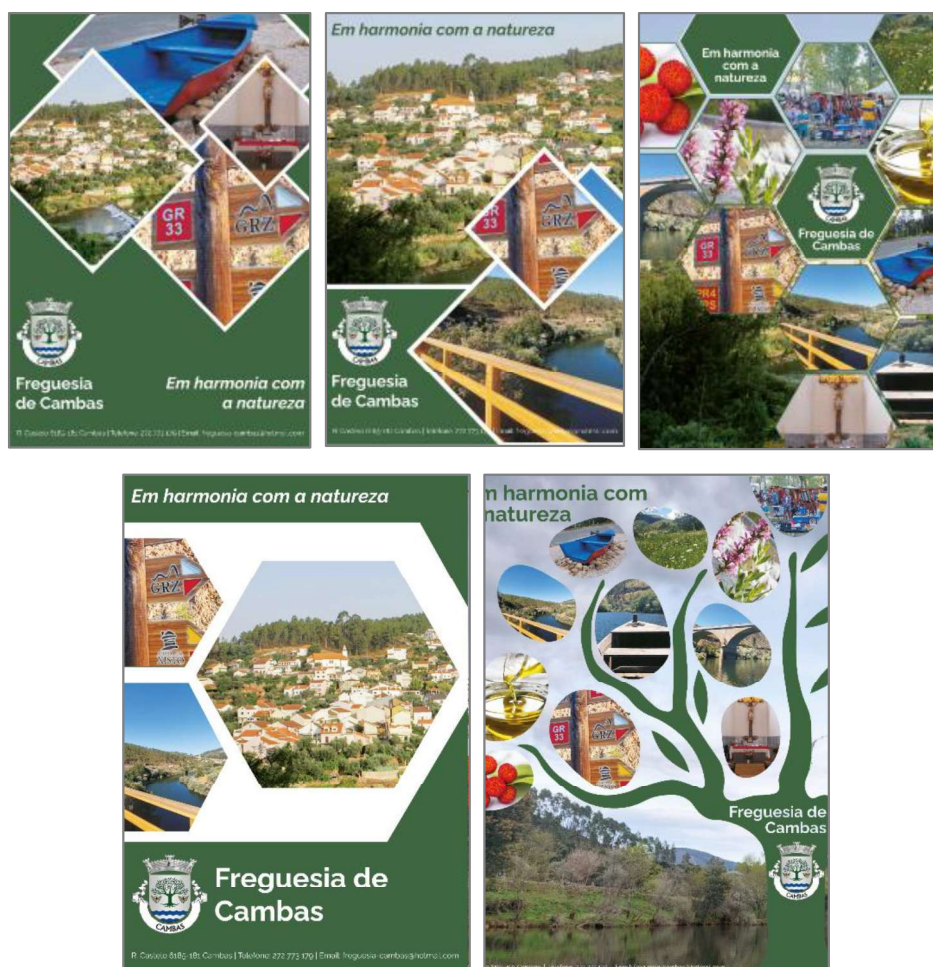


Figura 58 — Propostas de *layouts* realizado para o calendário da freguesia de Cambas. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 2: Tratamento de imagens e capa para o livro “O Hypólito, Comenta...”

Cliente: Maria Celeste Capelo

Duração: 5 dias (tratamento de imagens - 10 a 12 de setembro de 2024; capa - 27 de setembro a 1 de outubro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto pela tutora da mestranda o tratamento de dezoito *cartoons* e a criação de uma capa para o livro “O Hypólito, Comenta...” de Maria Celeste Capelo.

Especificações técnicas:

Formato: 59,5 x 24 cm (livro aberto); 12 cm (badanas); 17 cm (capa); 1,5 cm (lombada); 17 cm (contra-capas).

Tipo de impressão: *Offset*

Desenvolvimento do projeto: Para ser possível obter um resultado semelhante a uma digitalização em vez de uma fotografia (Figura 59), em todos os *cartoons* ajustou-se a rotação de forma a ficar o mais centrado possível. De seguida, alterou-se o contraste para 100 para facilitar a colocação de curvas para balancear o preto e branco da imagem. Por fim, alterou-se a saturação para 0, de forma a serem eliminadas quaisquer cores que foram adicionadas e outros elementos extra foram removidos manualmente (Figuras 60, 61 e 62).

Na segunda fase do projeto, foi realizada a capa, que teve como base uma imagem pedida pela autora do livro. As opções tipográficas devem-se ao facto de transmitirem comicidade, que é o que a publicação pretende transmitir, enquanto a cor escolhida (preto) deve-se ao facto de o livro encontrar-se a preto e branco. Já o *layout* utiliza a ilustração como elemento principal da capa, encontrando-se o título da publicação por cima da ilustração, de forma a criar uma hierarquia visual coerente (Figuras 65 a 70). Em conclusão, verifica-se que o tratamento de imagem e a capa do livro se consideram essenciais para a estruturação e ilustração de um produto editorial.



Figura 59 — Cartoons antes de se realizado o tratamento de imagens, utilizados no livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 60 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 61 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 62 — Tratamento de imagem realizado para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).

Para este projeto, foi necessário realizar um novo tracejado de forma a ser possível remover o fundo (Figuras 63 e 64).



Figura 63 — Imagem original antes da ilustração, utilizada no livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 64 — Ilustração realizada através de uma fotografia, proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).

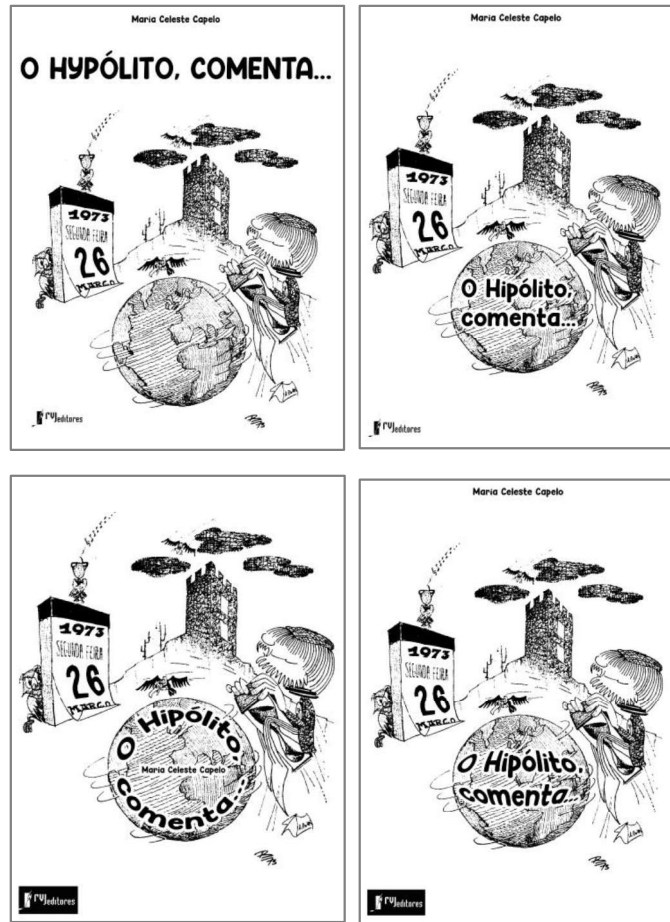


Figura 65 — Capas propostas para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 66 — Capa completa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).

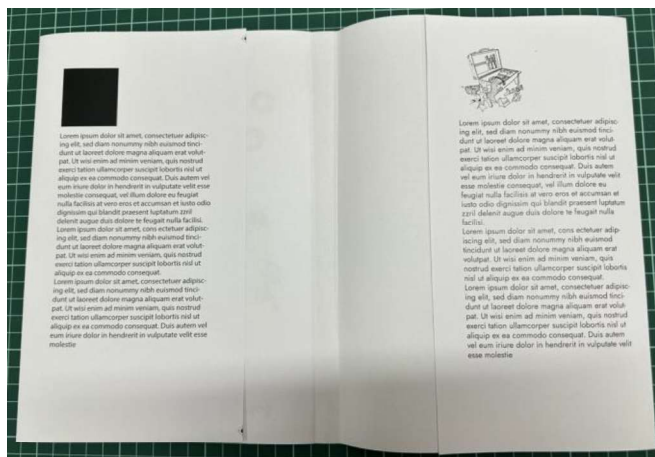


Figura 67 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 68 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).

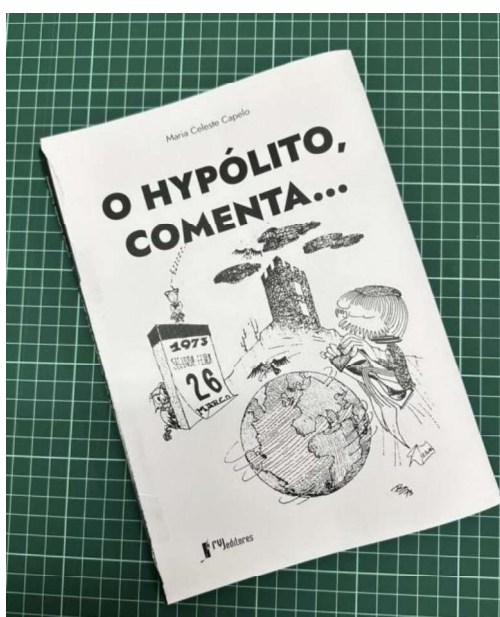


Figura 69 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 70 — Maquete da capa proposta para o livro “O Hypólito, Comenta...”. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 3: Vídeo promocional/teaser do evento Formula Student Portugal 2024

Cliente: Formula Student Portugal

Duração: 2 dias (6 e 7 de setembro de 2024 – captação de imagem); 4 dias (17 a 20 de setembro de 2024 – edição de vídeo)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores, como parceiro oficial do evento Formula Student, tirar algumas fotografias para serem publicadas no *website* e redes sociais da RVJ, e também no suplemento Ensino Magazine Jovem, de outubro. Estas fotografias serviram também de base para a criação de um *teaser* do evento.

Desenvolvimento do projeto: O vídeo utiliza três vídeos captados pela mestranda, bem como as primeiras páginas do Ensino Magazine criadas pela equipa da RVJ Editores e de algumas fotografias tiradas por Francisco Carrega, também da RVJ (Figuras 71 a 73). As imagens utilizadas no vídeo tiveram por base o movimento, devido à escassez de vídeos. Por fim, foi aplicado um grafismo para os créditos, criado pela mestranda (Figura 74). Este vídeo ficou disponível no dia 20 de setembro de 2024 no *website* do Ensino Magazine e nas suas redes sociais (RVJ Editores, 2024, 0:00:00), que pode ser visualizado no link abaixo:

<https://www.youtube.com/watch?v=dP9L2KPudtw>

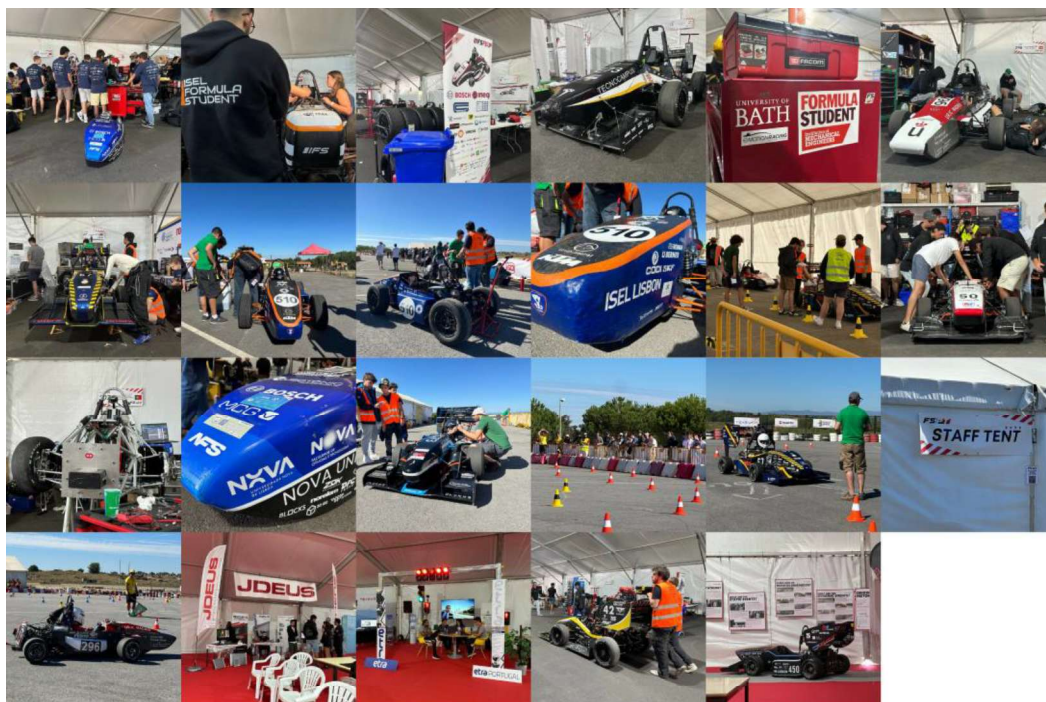


Figura 71 — Fotografias realizadas para o evento Formula Student Portugal 2024, do dia 6 de setembro. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 72 — Fotografias realizadas para o evento Formula Student Portugal 2024, do dia 7 de setembro. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 73 — Vídeo criado para o evento Formuła Student Portugal 2024. (Fonte: Youtube, 2024).

DIREÇÃO João Carrega	EDIÇÃO Rosa Oliveira
PRODUÇÃO RVJ-Editores	ENSINO MAGAZINE 2024

Figura 74 — Grafismo criado para o vídeo promocional do evento Formuła Student Portugal 2024. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 4: Cartaz e vídeo para comemoração camoniana

Cliente: Biblioteca Municipal António Salvado

Duração: 2 dias (18 e 19 de setembro de 2024 - cartaz); 3 dias (23, 29 e 30 de outubro de 2024 – vídeo para exposição); 1 dia (28 de novembro de 2024 – vídeo para conferência)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores a criação de um cartaz e vídeo para a comemoração dos 500 anos do nascimento de Luís de Camões.

Especificações técnicas:

Formato: 32x45cm (cartaz); 1920x1080px (vídeo)

Tipo de impressão: Offset

Desenvolvimento do projeto: Este cartaz teve por base a colocação de uma imagem específica de Luís de Camões, criada por Gouvêa Portuense a pedido do cliente. Para além da necessidade de colocação desta imagem, foi necessário também colocar algumas informações, como os títulos, local e data de realização da exposição, atividades a realizar, logótipos e ainda um poema de Luís de Camões. Para tal, foi necessária a criação de um *layout* que permitisse conciliar um número elevado de informação. Assim, colocou-se a informação necessária organizada em caixas de texto brancas, em que os “500 anos do nascimento de Luís de Camões” e o seu próprio poema foram colocados numa caixa amarela. Na restante informação, o tipo e tamanho de letra foram essenciais para ser possível distinguir as informações mais importantes das menos importantes (Figuras 75 e 76).

Posteriormente, foi solicitado à RVJ a criação de dois vídeos: um para a exposição e outro para a conferência. Quando ao vídeo da exposição, foram utilizadas imagens e legendas, adaptadas do livro criado pela tutora da mestranda, e músicas da autoria de Jordi Savall por se enquadrarem melhor na temática camoniana, bem como por vontade do próprio cliente (Figuras 77 e 78). Já no vídeo da conferência do evento foram utilizadas imagens propostas pelo cliente, bem como excertos de poemas de Luís de Camões (Figuras 79 e 80).

Em suma, a hierarquia visual revelou ser importante para a conciliação de toda a informação pedida pelo cliente. No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.

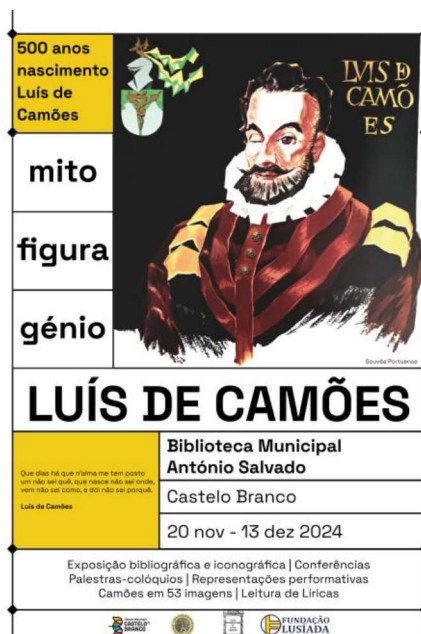


Figura 75 — Cartaz proposto para a comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 76 — *Mockup* do cartaz proposto para a comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 77 — Imagem utilizada no vídeo da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).

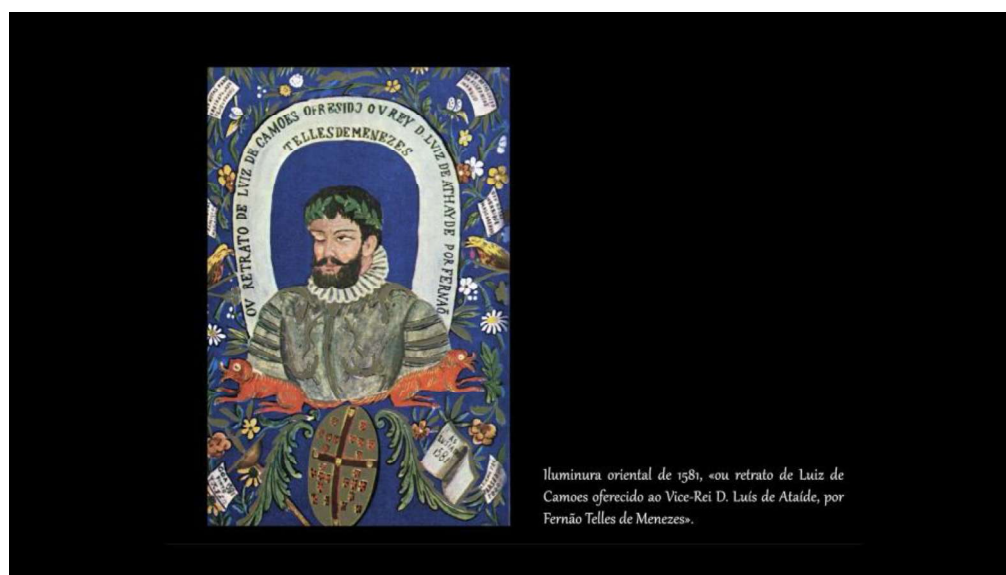


Figura 78 — Imagem utilizada no vídeo da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 79 — Imagem utilizada no vídeo da conferência da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).

«Oh vós qu'amor obriga a ser sujeitos
A diversas vontades! Quando lerdes
N'um breve livro, casos tão diversos,
Verdades puras são, e não defeitos;
Entendei que, segundo o Amor tiverdes,
Tereis o entendimento de meus versos.»

«O voi, che avete gl'intelletti sani,
Mirate la dottrina che s'asconde
Sotto il velame delli versi stranni» (Inferno IX, 61)

Figura 80 — Imagem utilizada no vídeo da conferência da exposição da comemoração camoniana em Castelo Branco. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 5: Vídeo para exposição durante a apresentação do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco”

Cliente: RVJ Editores

Duração: 3 dias (23 a 25 de setembro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a edição de um vídeo para ser exposto durante a apresentação do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco”, que decorreu no dia 28 de setembro de 2024.

Desenvolvimento do projeto: O vídeo utiliza um total de 39 imagens, realizadas pela RVJ e compiladas pela mestrandia, com legendas sobre os factos do livro, de forma que o público fique a conhecer um pouco desta história. Este vídeo não utiliza qualquer animação ao contrário do que foi realizado para o evento Formula Student, devido ao facto de ser mais simples e para ser mais fácil de ler, facilitando a transmissão da mensagem para o público-alvo (Figuras 81 e 82). Por fim, foi escolhida uma música impactante, de forma a transmitir emoções ao público-alvo, bem como a criação de grafismo para os créditos do vídeo baseada no design do livro, onde é estabelecida uma hierarquia visual entre a caixa, título e textos (Figura 83).

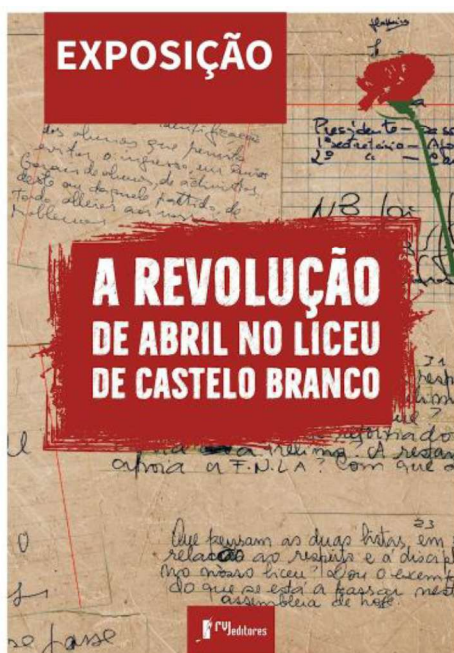


Figura 81 — Imagens utilizadas no vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco” (Fonte: Autora, 2024).



Figura 82 — Imagens utilizadas no vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco” (Fonte: Autora, 2024).



Figura 83 — Grafismo criado para o vídeo da exposição do livro “A Revolução de Abril no Liceu de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 6: Vídeo “Entrega da Bandeira Verde à Escola Básica Cidade de Castelo Branco da AENACB”

Cliente: RVJ Editores

Duração: 1 dia (14 de outubro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a edição de um vídeo para ser exposto na Escola Básica Cidade de Castelo Branco do Agrupamento de Escolas Nuno Álvares de Castelo Branco, referente à entrega da Bandeira Verde.

Desenvolvimento do projeto: O vídeo utiliza um total de 45 imagens, realizadas pela RVJ e compiladas pela mestranda, com um fundo branco para corrigir o seu formato. As imagens utilizam pequenas animações para conferir dinamismo ao vídeo e, também, devido à inexistência de texto. Por fim, a música escolhida confere também dinamismo ao vídeo (Figura 84).



Figura 84 — Capa introdutória para o vídeo “Entrega da Bandeira Verde à Escola Básica Cidade de Castelo Branco da AENACB”. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 7: Cartaz do magusto para a freguesia de Penha Garcia

Cliente: Freguesia de Penha Garcia

Duração: 1 dia (15 de novembro 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores a criação de um cartaz publicitário para o magusto da freguesia de Penha Garcia.

Especificações técnicas:

Formato: A3

Desenvolvimento do projeto: Para a realização deste cartaz, foi necessário colocar informações obrigatórias, como o nome da freguesia de Penha Garcia e o seu brasão, o título do evento, data e hora do início do evento, local e data-limite do fim das inscrições para o evento. Assim, foi necessário o uso da hierarquia visual de forma a ser possível conciliar todas as informações necessárias para transmitir uma mensagem adequada para o público-alvo. A utilização de um fundo imagético ligado ao evento e a cor da tipografia utilizada revelam ser essenciais para a transmissão desta mensagem. Por fim, foram realizadas duas propostas de *layouts* para o presente cartaz, onde se verifica a transmissão adequada do convite para o evento a ser realizado (Figuras 85 e 86).

No entanto, estes *layouts* não foram utilizados na versão final, mas sim a versão criada pela própria freguesia de Penha Garcia devido à preferência da empresa pelo conteúdo dos designers da RVJ Editores.



Figura 85 — Primeiro *layout* proposto para o cartaz do magusto para a freguesia de Penha Garcia. (Fonte: Autora, 2024).



Figura 86 — Segundo *layout* proposto para o cartaz do magusto para a freguesia de Penha Garcia. (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 8: Calendário para Jorge Paula

Cliente: Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil

Duração: 1 dia (13 de dezembro de 2024)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores a criação de um calendário para a marca Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil, para o ano de 2025.

Especificações técnicas:

Formato: 32x45cm

Tipo de impressão: Impressão digital

Desenvolvimento do projeto: Para a realização do *layout* para este calendário, optou-se por realizar uma análise inicial, ou seja, ao que já existe, em que se encontrou o logótipo de Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil, embora apenas disponível em jpg e localizável apenas no Facebook (Figura 87).

Assim, foi necessário elaborar um *layout* com elementos semelhantes, visível na figura 88. No entanto, o cliente optou por pedir uma versão do calendário com uma imagem de fundo e as informações de contacto por baixo da própria imagem. Por fim, o cliente solicitou a versão final com calendário com seis diferentes variantes de imagens.

No final, obteve-se um resultado que permite ao leitor reconhecer a marca, enquanto existe um calendário com uma hierarquia visual favorável. As propostas das figuras 89 e 90 foram aceites, sendo impressas em calendários.



Figura 87 — Logótipo original de Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Facebook, 2024).



Figura 88 — Propostas de *layout* desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).



Figura 89 — Layouts desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).



Figura 90 — Layouts desenvolvidos para o calendário Jorge Paula – Eletricista & Construção Civil (Fonte: Autora, 2024).

Pequeno projeto 9: Vídeo para João Carrega

Cliente: João Carrega

Duração: 2 dias (2 e 3 de janeiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a criação de um vídeo para João Carrega de forma a recapitular o ano de 2024.

Desenvolvimento do projeto: O vídeo utiliza um total de 99 imagens, realizadas por João Carrega, perfazendo um total de 4 minutos. O início e fim do vídeo utilizam uma imagem com uma pequena animação, bem como na própria música, que confere dinamismo ao vídeo (Figuras 91 e 92).



Figura 91 — Primeira imagem do vídeo para João Carrega. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 92 — Última imagem do vídeo para João Carrega. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 10: Capa para o livro “Ao correr das Penas”

Cliente: Estrela Correia

Duração: 1 dia (8 de janeiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores e à mestranda a criação de uma capa para o livro “Ao Correr das Penas” de Estrela Correia.

Especificações técnicas:

Formato: 52 x 25,5 cm (livro aberto); 10 cm (badanas); 15,5 cm (capa e contra-cap).

Desenvolvimento do projeto: A capa do presente livro tem por base uma pintura pedida pela autora do livro. Foram realizados diversos *layouts*, em que a pintura acaba por ser o elemento principal, que está representada num fundo fotográfico ou no centro da capa, enquanto o fundo do livro é baseado na própria pintura ou num fundo de cor sólida (Figuras 93 a 95).

Assim, verifica-se que o tratamento de imagem e a capa do livro se consideram essencial para a estruturação e ilustração de um produto editorial. No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.

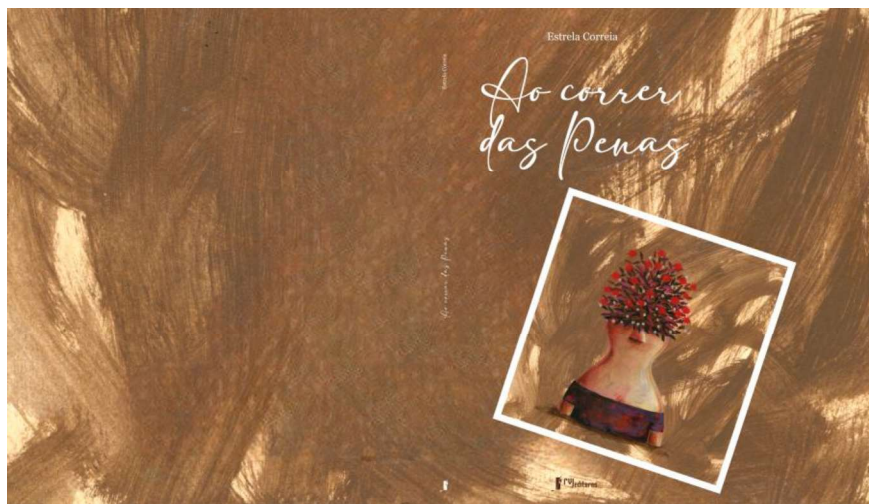


Figura 93 — Primeira proposta de *layout* para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 94 — Segunda proposta de *layout* para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).

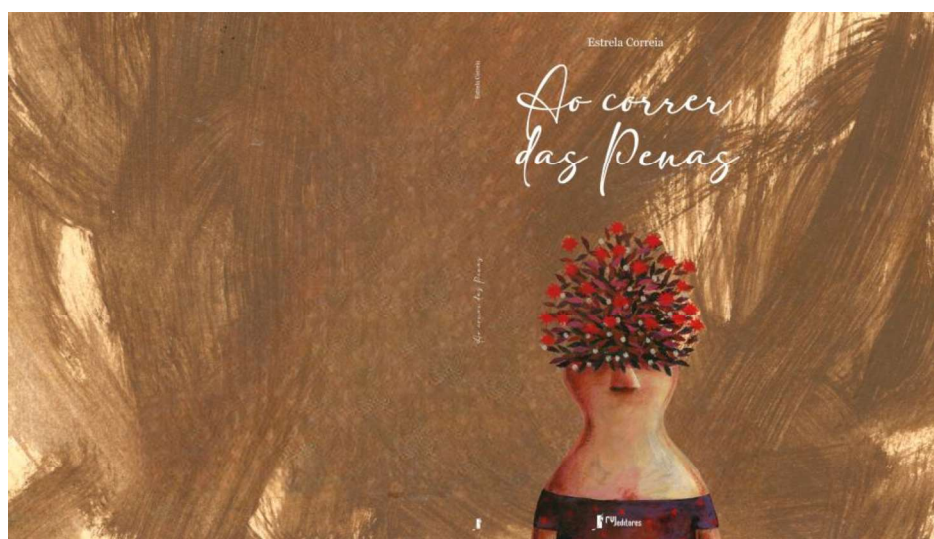


Figura 95 — Terceira proposta de *layout* para o livro “Ao Correr das Penas”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 11: Vídeo da entrevista ao reitor da UBI

Cliente: Ensino Magazine e Mário Raposo

Duração: 3 dias (15, 16 e 21 de janeiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a edição de um vídeo de uma entrevista ao reitor da UBI (Mário Raposo), de forma a ser publicado nas redes sociais do Ensino Magazine.

Desenvolvimento do projeto: Neste vídeo, com cerca de 26 minutos, a pedido de João Carrega do Ensino Magazine, foi necessário remover a introdução e a

última pergunta, de forma a entrevista ser inteiramente formada por pergunta-resposta. Foi adicionado o genérico do Ensino Magazine, um grafismo de forma a apresentar o reitor da UBI, bem como os créditos finais (Figuras 96 e 97). Houve, também, pequenos cortes devido a alguns ruídos, sons de fundo e longos períodos de silêncio, bem como ajustes no som geral do vídeo devido a, por vezes, o discurso estar demasiado alto ou muito baixo. Mais tarde, o vídeo foi convertido para MP3, de forma a poder ser utilizado em formato podcast.



Figura 96 — Grafismo inicial do vídeo da entrevista do reitor da UBI. (Fonte: Autora, 2025).

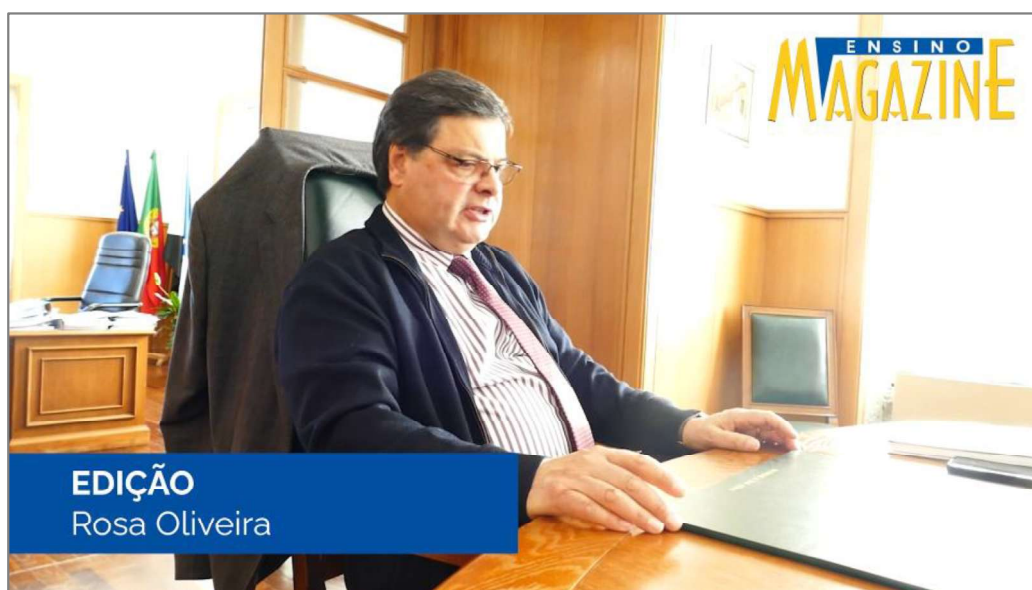


Figura 97 — Grafismo final do vídeo da entrevista do reitor da UBI. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 12: Vídeo para “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”

Cliente: Escola Cidade de Castelo Branco

Duração: 2 dia (7 e 10 de fevereiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a edição de um vídeo para promover a iniciativa “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”.

Desenvolvimento do projeto: Neste vídeo, que poderia ter como máximo 3 minutos e a pedido da professora Maria Florinda Carrega, foi dividido em diferentes momentos: “Equipa”, “Ideias e pesquisa”, “Construção de protótipos”, “Lançamento” (momento mais importante que foi acelerado o menos possível), “Avaliação” e “Créditos finais – A equipa 3.º ciclo”. Foi também necessário enfrentar alguns desafios, como um vídeo de 7 minutos que foi reduzido para apenas 4 segundos, bem como o aceleramento de todos os vídeos, exceto na parte que os alunos estão a falar.

Por fim, foi também necessário corrigir o som de todos os vídeos, bem como adicionar legendas nas partes em que os alunos falam devido à baixa perceção das vozes (Figuras 98 e 99).



Figura 98 — Primeiro segmento com legendas utilizadas no vídeo “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 99 — Segundo segmento com legendas utilizadas no vídeo “Osvaldo o Astro Ovo da Escola Cidade de Castelo Branco”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 13: Publicidade RVJ

Cliente: RVJ Editores

Duração: 1 dia (11 de fevereiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a criação de uma publicidade para a RVJ Editores, de forma a poder ser integrada em suportes impressos e digitais.

Especificações técnicas:

Formato: A3 (vertical)

Desenvolvimento do projeto: A publicidade para a RVJ, a pedido da tutora da mestrandia, deve conter a seguinte informação: “A frase: Concretizar o objetivo e o sonho dos nossos clientes é um imperativo nosso.”; “O que fazemos: Serviços gráficos, Comunicação, *Branding*, Design, Edição literária, Estacionário, cartões comerciais, Envelopes, Papel carta timbrado”; “Contactos: Avenida do Brasil n.º 4 r/c 6000-079 Castelo Branco. Telm: 965 315 233, Telf: 272 324 645”, bem como o logótipo da própria RVJ Editores.

Assim, foram utilizados círculos onde foi colocada a frase e os contactos da marca, devido a serem utilizados numa antiga publicação realizada pela RVJ. No meio, é possível encontrar o que a marca faz, bem como um fundo de livros, que forma a apontar os serviços principais da RVJ Editores. Ainda, é utilizada apenas

a fonte tipográfica Josefin Sans, de forma a realçar a comunicação formal da empresa (Figuras 100 e 101).

Em conclusão, foi possível criar uma publicidade para a RVJ que inclui uma comunicação e hierarquia visual coerente. No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.



Figura 100 — Proposta de *layout* desenvolvida para a publicidade para a RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 101 — *Mockup* da proposta de *layout* para a publicidade para a RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 14: Primeira página da edição do 27º aniversário do Ensino Magazine

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 1 dia (12 de fevereiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a criação de um *layout* para a primeira página do 27.º aniversário do Ensino Magazine.

Especificações técnicas:

Formato: 26x24cm

Desenvolvimento do projeto: Para este projeto, foi necessário incluir algumas informações obrigatórias, nomeadamente os tipos de publicações, os países onde é distribuído, o *website* e o logótipo do Ensino Magazine. Assim, o “27.º aniversário” ocupa a figura central da primeira página, enquanto o fundo remete à versão impressa do jornal e está representado com as cores do logótipo.

Por fim, o grafismo está representado ao longo da primeira página, com o 7 a ocupar o maior espaço, obtendo-se assim uma hierarquia visual coerente ao longo da primeira página (Figuras 102 e 103). No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.



Figura 102 — Proposta de *layout* desenvolvida para a primeira página da edição do 27.º aniversário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 103 — Maqueta da proposta de *layout* para a primeira página da edição do 27.º aniversário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 15: Capa para o livro “Alcunhas dos Penamacorenses”

Cliente: Francisco Abreu

Duração: 1 dia (19 de fevereiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores e à mestranda a criação de uma capa para o livro “Alcunhas dos Penamacorenses / e outras preciosidades criptonímicas” de Francisco Abreu.

Especificações técnicas:

Formato: 54,5 x 23,5 cm (livro aberto); 10 cm (badanas); 16,5 cm (capa e contra-capa).

Desenvolvimento do projeto: A capa do presente livro tem por base 15 fotografias pedidas para serem colocadas pelo autor do livro, bem como o título “Alcunhas dos Penamacorenses” em destaque, e “e outras preciosidades criptonímicas” com corpo de texto bastante menor. O *layout* apresentado permitiu ultrapassar o desafio de colocar 15 imagens na capa, colocadas num fundo fotográfico e dispostas de uma forma hierarquicamente visual, para que seja possível observar e compreender todas as fotografias (Figura 104).

Assim, verifica-se que a capa do livro é considerada essencial para a estruturação e ilustração de um produto editorial. No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.

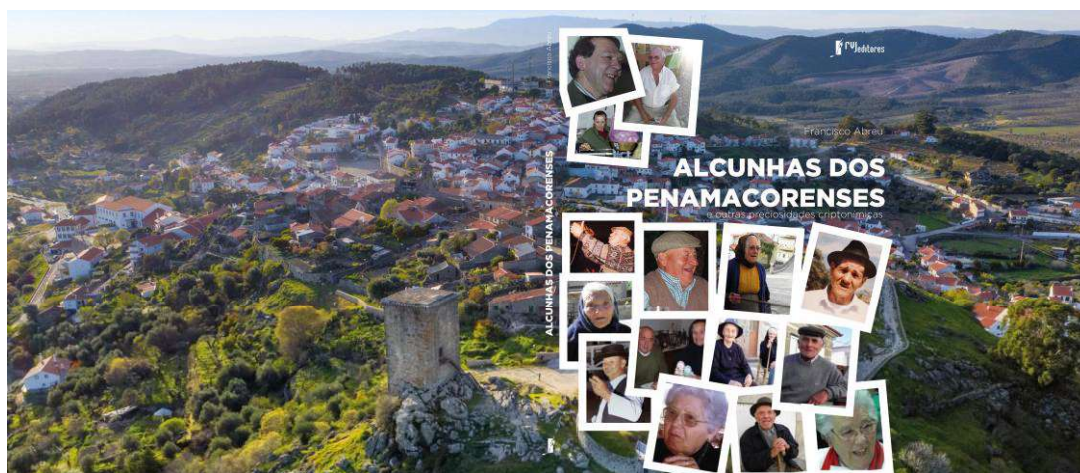


Figura 104 — Proposta de *layout* desenvolvida para a capa do livro “Alcunha dos Penamacorenses”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 16: Anúncio dos serviços gráficos da RVJ Editores

Cliente: RVJ Editores

Duração: 1 dia (28 de fevereiro de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestrandia a criação de um anúncio dos serviços gráficos realizados pela RVJ Editores.

Especificações técnicas:

Formato: 8x10cm

Tipo de impressão: *Offset*

Desenvolvimento do projeto: Para este anúncio, foi necessário inserir algumas informações obrigatória como “28 anos de experiência ao serviço da região e do país”, “Qualidade e rapidez na entrega”, “Impressão Digital:”, “Cartões de visita”, “Rótulos”, “Autocolantes”, “Envelopes”, “Papel timbrado”, “Flyers”, “Cartazes”, “Desdobráveis”, “Av. do Brasil, n.º 4, R/C”, “6000-079 Castelo Branco”, “272 324 645 (chamada para a rede fixa nacional)”, “965 315 233 (chamada para a rede móvel nacional)” e “rvj@rvj.pt”. Todas estas informações foram dispostas de maneira hierárquica para serem facilmente visualizadas.

Com a exceção das informações, os serviços gráficos encontram-se agrupados através de um ícone e de diversas linhas. Assim, verifica-se que a estrutura hierárquica é considerada essencial para a criação de um anúncio publicitário, sendo o *layout* utilizado pela RVJ Editores integralmente (Figura 105).



Figura 105 — *Mockup* da proposta de *layout* para o anúncio dos serviços gráficos da RVJ Editores. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 17: Capa para livro “Pensas que só acontece aos outros?! / Narrativa e análise crítica de um percurso de doença oncológica”

Cliente: Manuel Lopes

Duração: 1 dia (6 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à empresa RVJ Editores e à mestranda a criação de uma capa para o livro “Pensas que só acontece aos outros?! / Narrativa e análise crítica de um percurso de doença oncológica” de Manuel Lopes.

Especificações técnicas:

Formato: 10 cm (badanas); 17x24 cm (capa e contra-capas).

Desenvolvimento do projeto: A capa do presente livro tem por base uma pintura a aguarela pedida para ser colocada pelo autor do livro, bem como o título “Pensas que só acontece aos outros?!” em destaque, e “Narrativa e análise crítica de um percurso de doença oncológica com corpo de texto bastante menor. O *layout* apresentado permitiu ultrapassar o desafio de colocar tanto uma tipografia como a cor do tipo de letra adequadas, devido à cor da própria pintura, estando a informação disposta de uma forma hierarquicamente correta, para que seja possível observar e compreender todo o conteúdo (Figura 106).

Assim, verifica-se que a capa do livro é considerada essencial para a estruturação e ilustração de um produto editorial. No entanto, este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.



Figura 106 — Proposta de *layout* desenvolvida para a capa do livro “Pensas que só acontece aos outros?! / Narrativa e análise crítica de um percurso de doença oncológica”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 18: Vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 4 dias (13, 14, 17 e 21 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a criação de diversos vídeos para divulgação da presença do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”.

Desenvolvimento do projeto: Para este evento, foi criado um conjunto de vídeos, para englobar os dias do evento (12 a 15 de março) tanto de manhã como de tarde, em que todos utilizam uma música diferente, do canal do Youtube “Infraction – No Copyright Music”, que confere dinamismo aos vídeos, com imagens realizadas pela RVJ Editores (Figura 107).

A pedido de João Carrega, todas as imagens tinham de ter apenas um segundo e o vídeo não poderia ultrapassar 1 minuto, de forma a poder ser utilizado como reel tanto no Facebook como no Instagram. Cada parte do dia, que utiliza um número diferente de fotografias, foi dividida assim:

- Manhã do dia 12: 78 fotos / 2 = 39 fotos para 2 vídeos
- Tarde do dia 12: 70 fotos / 2 = 35 fotos para 2 vídeos
- Manhã do dia 13: 137 fotos / 3 = 45 fotos para 3 vídeos
- Tarde do dia 13: 154 fotos / 3 = 51 fotos para 3 vídeos
- Manhã do dia 14: 65 fotos / 2 = 32 fotos para 2 vídeos
- Tarde do dia 14: 37 fotos / 1 = 37 fotos para 1 vídeo
- Total: 13 vídeos

Por fim, na introdução dos vídeos é utilizada uma pequena animação de *fade in* com a imagem do Qualifica, e a animação “Manhã/Tarde do dia X” aparece de baixo para cima na imagem do evento. A última imagem utilizada no vídeo utiliza uma imagem com a animação *fade out*.



Figura 107 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”. (Fonte: Autora, 2025).

Foi também criado outro vídeo para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine neste evento, cujo vídeo apresenta 62 imagens e uma música do canal do Youtube “Infraction – No Copyright Music”, que confere dinamismo ao vídeo e apresenta o total de 1 minuto e 8 segundos (Figura 108).

Tal como nos vídeos da Qualifica, todas as imagens apresentam apenas um segundo, exceto os parceiros do jornal, que apresentam dois segundos, cuja sequência é de 4 fotos e 1 parceiro, 4 fotos e 1 parceiro, e assim sucessivamente. O tempo do vídeo permite o seu uso tanto no Facebook como no Instagram.

Por fim, na introdução dos vídeos é utilizada uma pequena animação de *fade in* com a imagem do Ensino Magazine, e a animação “Parceiros” aparece de baixo para cima na imagem do jornal. A última imagem utilizada no vídeo utiliza uma imagem com a animação *fade out*.



Figura 108 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine no evento “Qualifica 2025”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 19: Capas de livro para Noemi Marujo

Cliente: Noemi Marujo

Duração: 1 dia (14 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a criação de duas capas para dois livros distintos: “Turismo e património cultural no Alentejo: Motivações e experiências do turista português” de Joana Lima, Noémi Marujo, Maria do Rosário Borges, Jaime Serra, Vitorina Baptista e José Carola; e “Itinerários turísticos: Perspetivas sobre planeamento e gestão” de Maria do Rosário Borges.

Especificações técnicas:

Formato: 17x24cm (capa e contracapa); 10cm (badanas)

Desenvolvimento do projeto: Ambos os *layouts* criados para ambos os livros apresentam imagens vetorizadas no modelo de 16 cores, de forma a não utilizar imagens e sim ilustrações, tanto na escultura como no mapa apresentados (Figura 109). No livro “Turismo e património cultural no Alentejo: Motivações e experiências do turista português”, o texto encontra-se alinhado com a escultura, enquanto no livro “Itinerários turísticos: Perspetivas sobre planeamento e gestão” foi criada uma caixa de texto para o título e a editora, de forma a realçar estes elementos perante a ilustração apresentada (Figura 110).

Assim, o trabalho realizado permite obter uma hierarquia visual e apelativa em ambos as capas, bem como realçar o significado dos nomes das obras. No entanto,

este *layout* não foi utilizado na versão final, mas sim a versão criada pelos designers da RVJ Editores devido à escolha da empresa.



Figura 109 — Proposta de *layout* desenvolvida para a capa do livro “Turismo e património cultural no Alentejo: Motivações e experiências do turista português”. (Fonte: Autora, 2025).

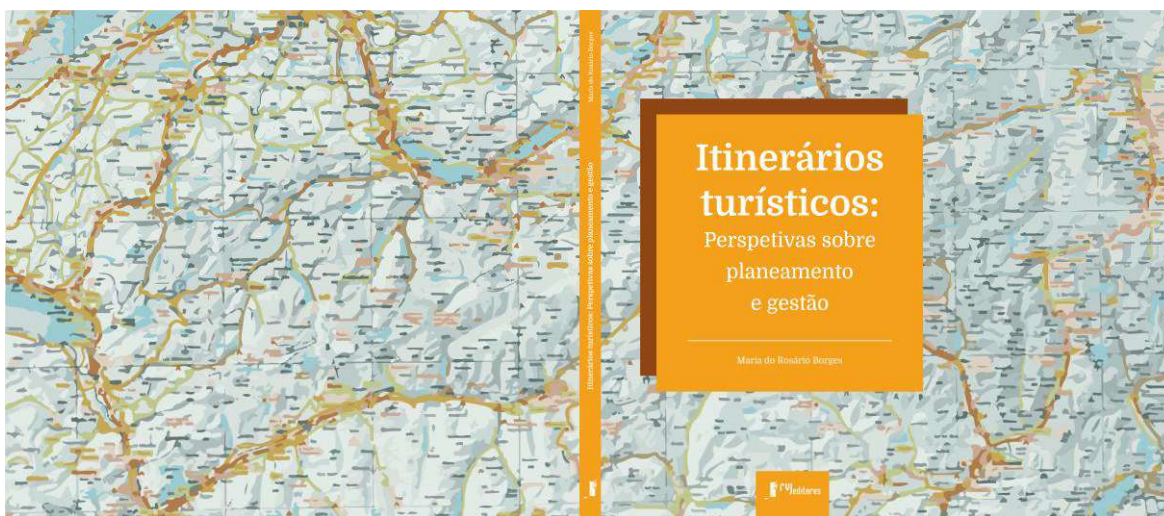


Figura 110 — Proposta de *layout* desenvolvida para a capa do livro “Itinerários turísticos: Perspetivas sobre planeamento e gestão”. (Fonte: Autora, 2025).

Pequeno projeto 20: Vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 3 dias (26, 27 e 31 de março de 2025)

Descrição do projeto: Foi proposto à mestranda a criação de diversos vídeos para divulgação da presença do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”.

Desenvolvimento do projeto: Seguindo uma apresentação semelhante à realizada para promover o evento do “Qualifica 2025”, para o evento “Futurália 2025”, foi criado um conjunto de vídeos, para englobar os dias do evento (26 a 29 de março) tanto de manhã como de tarde, em que todos utilizam uma música diferente, do canal do Youtube “Infraction – No Copyright Music”, que confere dinamismo aos vídeos, com imagens realizadas pela RVJ Editores.

A pedido de João Carrega, todas as imagens tinham de ter apenas um segundo e o vídeo não poderia ultrapassar 1 minuto, de forma a poder ser utilizado como reel tanto no Facebook como no Instagram. Cada parte do dia, que utiliza um número diferente de fotografias, foi dividida assim:

- Manhã do dia 26: 81 fotos / 2 = 45 fotos para 2 vídeos
- Tarde do dia 26: 74 fotos / 2 = 37 fotos para 2 vídeos
- Tarde do dia 28: 106 fotos / 2 = 53 fotos para 2 vídeos
- Manhã do dia 29: 180 fotos / 2 = 60 fotos para 3 vídeos
- Total: 9 vídeos

Por fim, na introdução dos vídeos o logotipo do Ensino Magazine encontra-se abaixo do banner da “Futurália 2025”, bem como é utilizada uma pequena animação de *fade in* com este banner, e a animação “Manhã/Tarde do dia X” aparece de baixo para cima na imagem do evento (Figura 111). A última imagem utilizada no vídeo utiliza uma imagem com a animação *fade out*.



Figura 111 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a promoção do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”. (Fonte: Autora, 2025).

Foi também criado outro vídeo para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine neste evento, cujo vídeo apresenta diversos segmentos de pequenos vídeos acelerados, imagens e uma música do canal do Youtube “Infraction – No Copyright Music”, que confere dinamismo ao vídeo e apresenta cerca de 2 minutos no total. A animação utilizada é a mesma do evento principal, porém com a palavra “Parceiros” (Figura 112).



Figura 112 — Introdução e grafismo utilizados nos vídeos para a divulgação dos parceiros do Ensino Magazine no evento “Futurália 2025”. (Fonte: Autora, 2025).

3.3.3 Apoio técnico

Apoio técnico 1: Tratamento de imagem para livro de Siza Vieira

Cliente: Livro de Siza Vieira

Duração: 1 dia (12 de setembro de 2024)

Descrição: Foi proposto pelo designer da RVJ Editores que a mestrandia realizasse o tratamento de uma imagem para um livro.

Desenvolvimento: Para este projeto, foi necessário realizar um novo tracejado de forma a ser possível remover o fundo (Figuras 113 e 114).



Figura 113 — Imagem de Siza Vieira antes de ser realizado o tratamento de imagem. (Fonte: Autora, 2024).

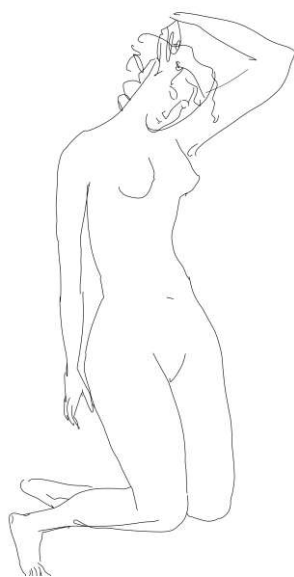


Figura 114 — Imagem de Siza Vieira após ser realizado o tratamento de imagem. (Fonte: Autora, 2024).

Apoio técnico 2: Atualização do *website* e redes sociais do Ensino Magazine

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 5 dias (18 a 20 de novembro de 2024; 18 e 19 de dezembro de 2024)

Descrição: Ao longo do estágio, foi proposto à mestrandia a adição de notícias tanto para o *website* como para as redes sociais do Ensino Magazine.

Desenvolvimento: Quanto ao *website*, este foi atualizado através da plataforma Umbraco, com notícias do jornal impresso publicadas a tempo real (Figuras 115, 116 e 117). Algumas notícias não apresentavam fotografias, pelo que foi necessário colocar uma imagem da própria universidade, bem como a inserção da publicidade de algumas universidades (UBI, Évora, IPCB, entre outros).

Quanto às redes sociais, as publicações eram programadas todos os dias através do Meta Business, com as notícias a ser lançadas na plataforma entre as 9h e as 18h, com intervalo de uma hora cada notícia, de forma a manter as redes sociais do Ensino Magazine ativas para captar novos leitores.

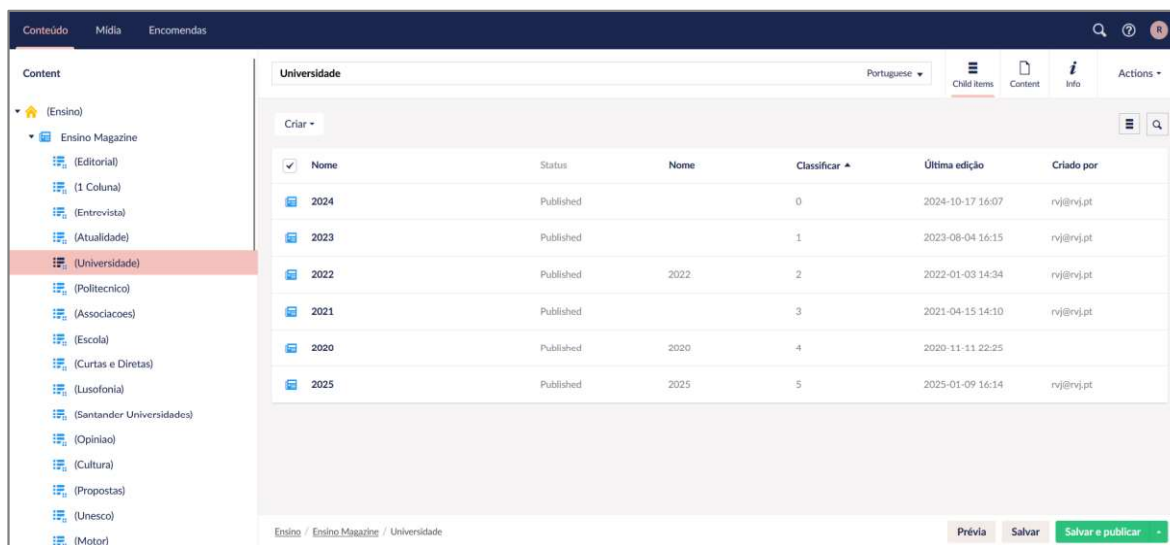


Figura 115 — Interface Umbraco sobre um tema. (Fonte: Autora, 2025).

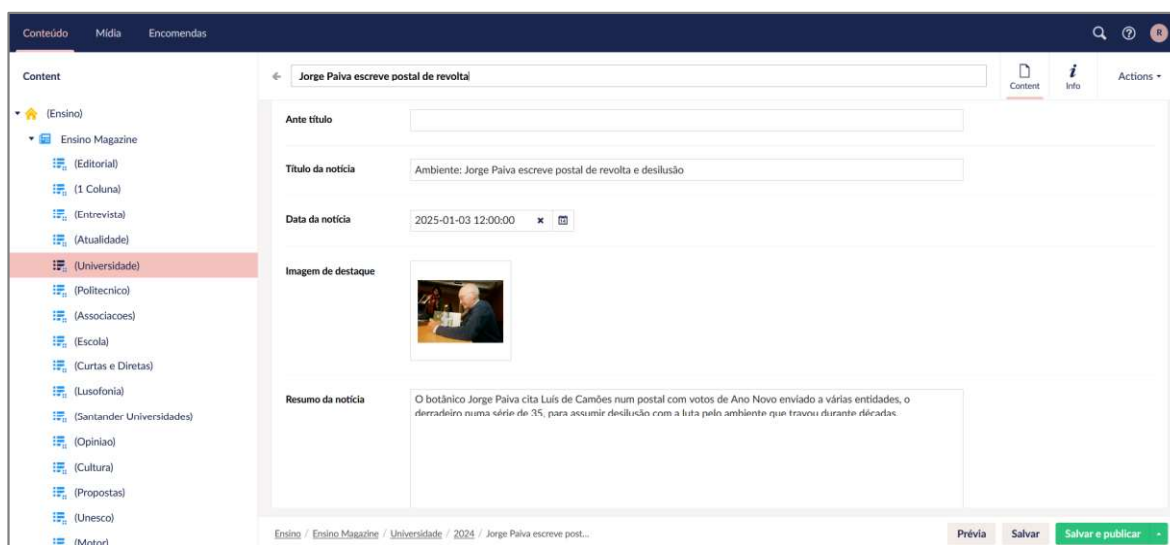


Figura 116 — Interface Umbraco sobre o título e resumo de uma notícia. (Fonte: Autora, 2025).

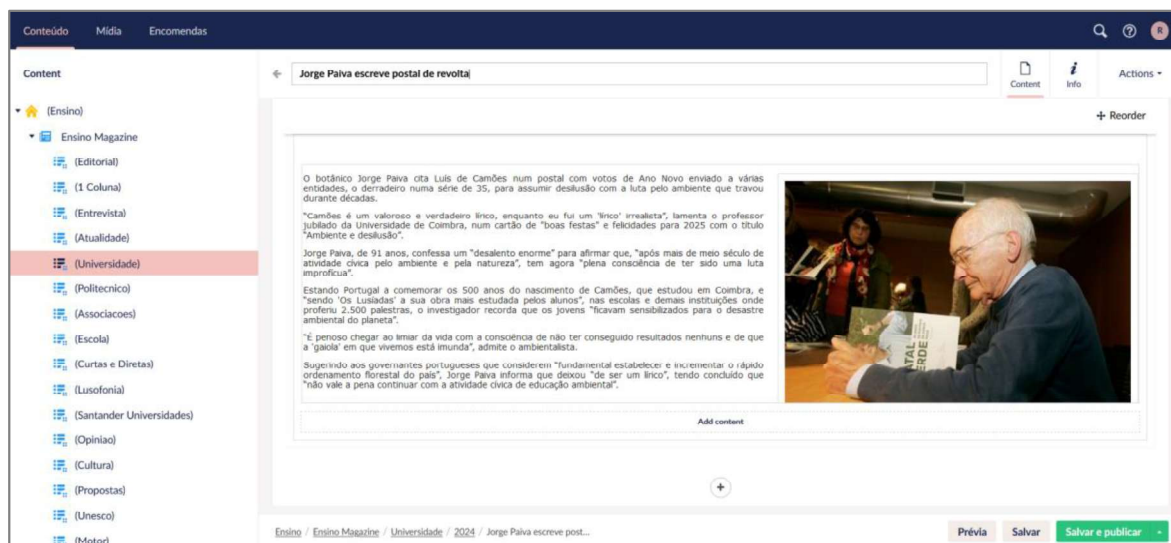


Figura 117 — Interface Umbraco sobre uma notícia. (Fonte: Autora, 2025).

Apoyo técnico 3: Distribuição de jornais Ensino Magazine em Castelo Branco e na Covilhã

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 8 dias (17 e 18 de setembro de 2024; 22 de outubro de 2024; 17 e 18 de dezembro de 2024; 28 e 29 de janeiro de 2025; 25 de março de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestrandia, juntamente com outro designer da RVJ Editores, o embalamento e distribuição dos jornais Ensino Magazine em alguns locais de Castelo Branco e da Covilhã.

Desenvolvimento: Na Covilhã, diversos conjuntos de jornais foram distribuídos em algumas faculdades da UBI, nomeadamente na Faculdade de Ciências da Saúde, Artes e Letras e de Ciências Sociais e Humanas, bem como na Biblioteca e na Reitoria.

Já em Castelo Branco, diversos conjuntos de jornais foram distribuídos na Workjunior, nas escolas secundárias Nuno Álvares e Amato Lusitano, nas faculdades do IPCB (ESACB, ESALD, ESART, ESECB, ESTCB), nas duas escolas da ETEPA, nas residências de estudantes do IPCB, nos Serviços Centrais do IPCB, na Junta de Freguesia, nos SMAS, na Biblioteca Municipal António Salvado, no Centro de Saúde S. Miguel, no café O Choco (localizado perto do supermercado Hiper BB). Por fim, são enviados diversos conjuntos de jornais nos CTT para assinantes do jornal e para outras universidades e países.

Apoio técnico 4: Distribuição do boletim “Proença em Revista”

Cliente: Freguesia de Proença-a-Nova

Duração: 1 dia (setembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda, juntamente com outro designer da RVJ Editores, a entrega do boletim “Proença em Revista” da edição do 1º semestre de 2024, na Câmara Municipal de Proença-a-Nova.

Apoio técnico 5: Calendário de 2025 para a empresa Casa Zeferino

Cliente: Casa Zeferino

Duração: 1 dia (20 de novembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda pela RVJ Editores a mudança de um calendário já existente em 2024 para a versão de 2025.

Desenvolvimento: Para a realização do calendário de 2025, foi fornecida, pela tutora da mestranda, a versão já existente de 2024, pelo que não foi necessário a criação de um novo *layout*, existindo apenas a adaptação de datas, feriados com caixas de cor verde e fases da lua ao longo de todo o calendário (Figura 118). Por fim, o rodapé do calendário estava com falta de formatação, sendo necessário a sua reformatação com a fonte tipográfica utilizada anteriormente.



Figura 118 — Arte-final do calendário de 2025 proposto para a empresa Casa Zeferino. (Fonte: Autora, 2024).

Apoio técnico 6: Impressão de calendários

Cliente: Diversas Universidades

Duração: 3 dias (2, 13 e 19 de dezembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda a verificação de calendários após a sua impressão de forma a verificar todos os elementos foram corretamente impressos.

Apoio técnico 7: Carimbo RVJ para sorteio de Natal

Cliente: Diversos

Duração: 3 dias (3, 6 e 27 de dezembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda a adição de dados (nome e número de telemóvel) de clientes da RVJ Editores no bloco de dados do sorteio de Natal de Castelo Branco.

Apoio técnico 8: Venda de agendas e livros no Fórum Castelo Branco

Cliente: RVJ Editores

Duração: 2 dias (7 e 14 de dezembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda que nos dias 7 e 14 de dezembro de 2024, das 19h às 22h, estivesse presente no Fórum Castelo Branco para a venda de agendas de 2025 e de livros de receitas, juntamente com outra estagiária da RVJ.

Apoio técnico 9: Pesquisa de logótipos a branco de Universidades

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 1 dia (18 de dezembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda a pesquisa de logótipos a branco de algumas Universidades (Nova de Lisboa, Minho, Lisboa, Aveiro, Algarve, Bragança e Escola Superior de Saúde Norte Cruz Vermelha) para serem adicionados em calendários de secretária do Ensino Magazine.

Apoio técnico 10: *Packaging* de agendas e cartas para enviar para Universidades

Cliente: Diversas universidades

Duração: 1 dia (19 de dezembro de 2024)

Descrição: Foi proposto à mestranda, juntamente com a tutora de estágio, o *packaging* de agendas e cartas para enviar para diversas Universidades, relativamente a pedidos de parcerias.

Apoio técnico 11: Catálogo Selfab

Cliente: Selfab

Duração: 1 dia (16 de janeiro de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestranda, juntamente com outro designer da RVJ Editores, a substituição de imagens por outras para um catálogo da Selfab.

Apoio técnico 12: Vetorização de imagens

Cliente: RVJ Editores

Duração: 3 dias (10 e 11 de fevereiro de 2025; 17 de março de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestranda a vectorização de 17 imagens no programa Adobe Illustrator (Figuras 119 a 135).



Figura 119 — Primeira imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

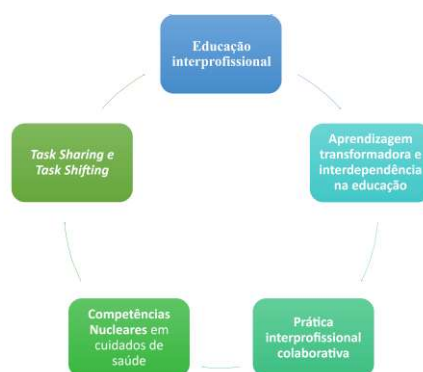


Figura 120 — Segunda imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

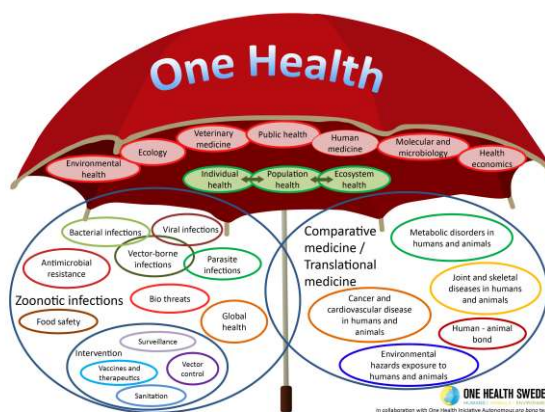
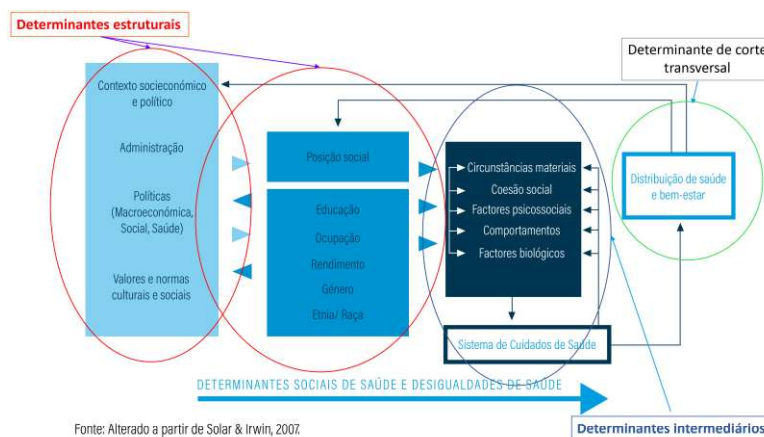


Figura 121 — Terceira imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 122 — Quarta imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).



Fonte: Alterado a partir de Solar & Irwin, 2007.

Figura 123 — Quinta imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

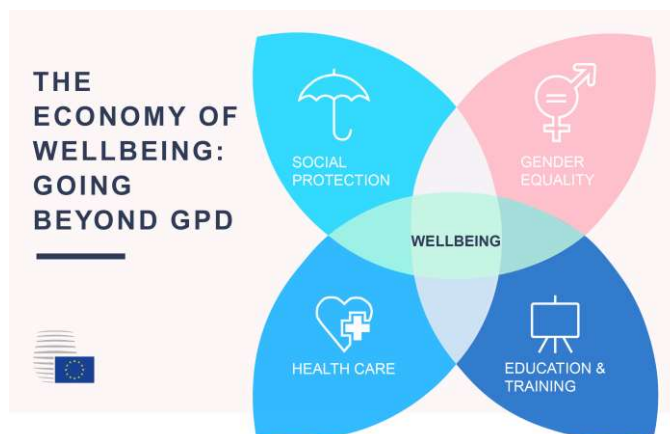


Figura 127 — Nona imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 128 — Décima imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 129 — Décima primeira imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

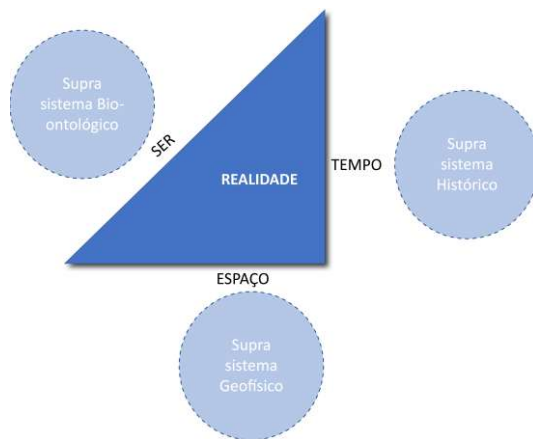


Figura 130 — Décima segunda imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

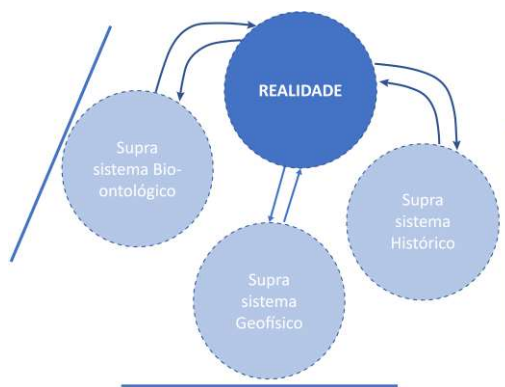


Figura 131 — Décima terceira imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

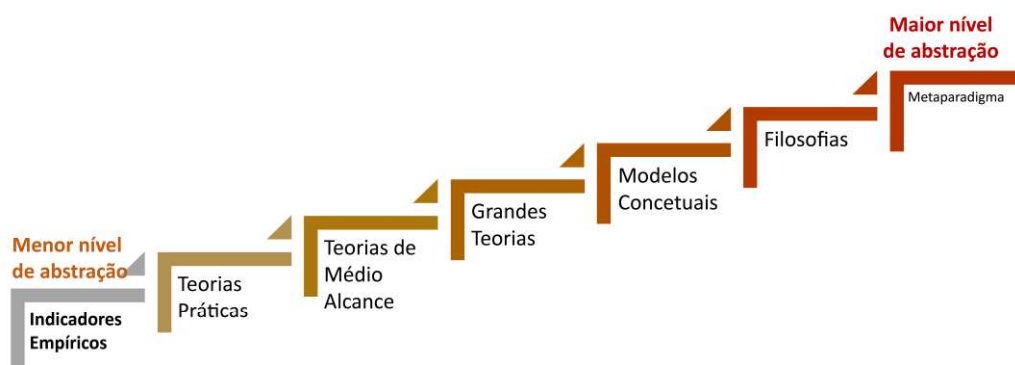


Figura 132 — Décima quarta imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

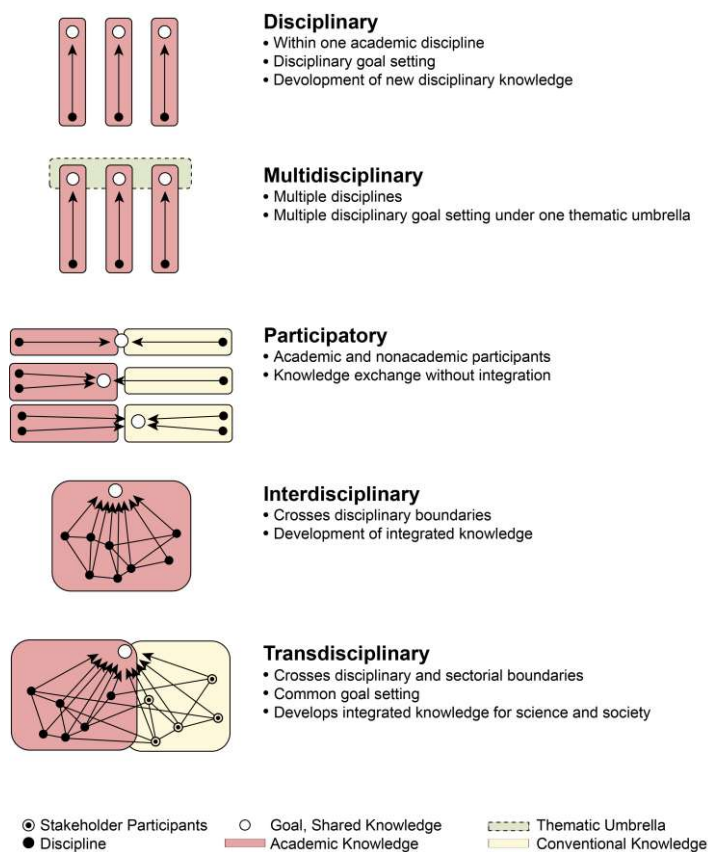


Figura 133 — Décima quinta imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).

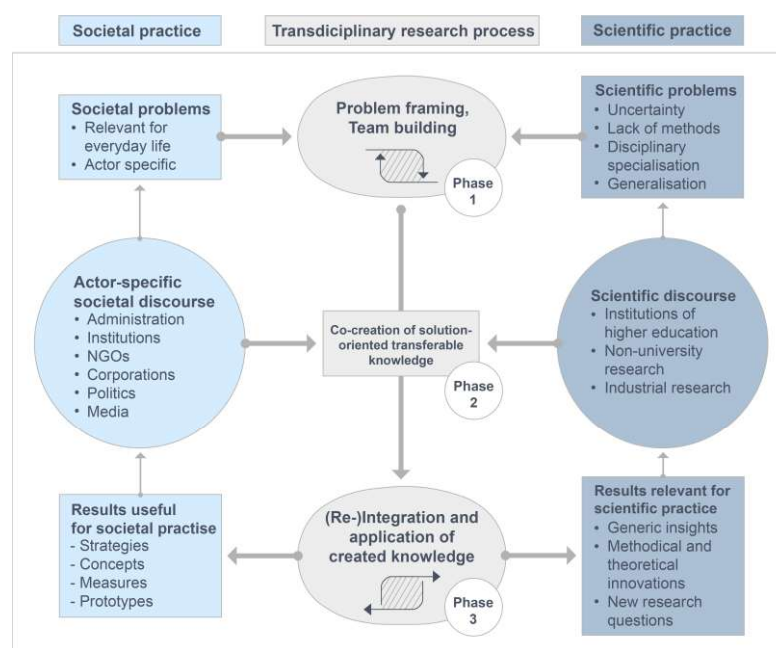


Figura 134 — Décima sexta imagem vetorizada pela mestrand. (Fonte: Autora, 2025).


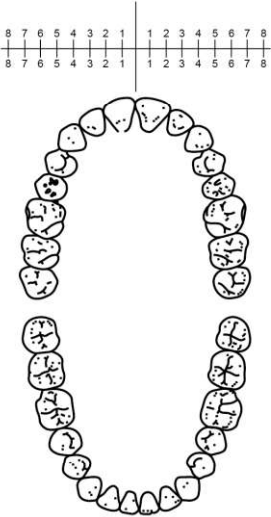

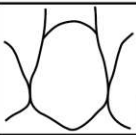
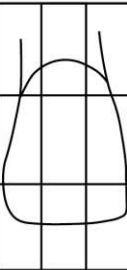



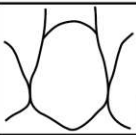
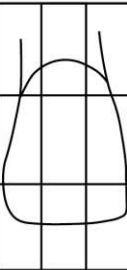



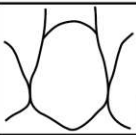
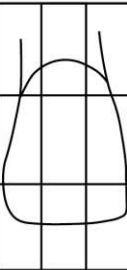


 Santos & Lopes, Ida. LABORATÓRIO DE PRÓTESE DENTÁRIA, L.DA Rua Bartolomeu Sousa Mexia Nº 26 R/c - Loja 1 - 6005-027 ALCAINS Telef. 272 431 248 - Telem: 967 814 081 - email: santoslopesida@gmail.com Contribuinte N.º 515 579 319 - Capital Social 5.000€ - Mat. C. R. C. Castelo Branco		Ficha N.º 5651 Data de Envio ____/____/____ Prazo de Entrega ____/____/____ P/uso do laboratório								
Cliente Dr. _____ Paciente _____ Idade _____ Sexo _____										
<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td>Cervical</td> <td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tipo de guia de cor</td> <td>Corpo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Incisal</td> </tr> </table>				Cervical			Tipo de guia de cor	Corpo		
		Cervical								
	Tipo de guia de cor	Corpo								
		Incisal								
Descrição do Trabalho _____ _____ _____										
Observações: _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____										
Laboratório <i>protese</i>										

Figura 135 — Décima sétima imagem vetorizada pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

Apoio técnico 13: Adaptação de grafismo para publicações de redes sociais

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 2 dias (26 e 27 de fevereiro de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestranda a adaptação de grafismo para as publicações das redes sociais do Ensino Magazine, onde apenas foi necessário adicionar a imagem referente à notícia, o título da própria notícia e a sua seção, posicionada consoante a imagem (Figuras 136 e 137).



Figura 136 — Uma publicação para as redes sociais do Ensino Magazine da seção “Motor”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 137 — Uma publicação para as redes sociais do Ensino Magazine da seção “Universidade”. (Fonte: Autora, 2025).

Apoio técnico 14: Separação de sacos do Ensino Magazine por cores

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 1 dia (7 de março de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestrandia a separação de sacos do Ensino Magazine por cores para serem embalados em duas caixas, de forma a serem distribuídos nos eventos Qualifica e Futurália.

Apoio técnico 15: Digitalização de livro

Cliente: RVJ Editores

Duração: 1 dia (18 de março de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestranda a digitalização de um livro de 189 páginas para ser disponibilizado em formato digital.

Apoio técnico 16: Criação de uma lista de emails no Excel

Cliente: Ensino Magazine

Duração: 2 dia (21 e 31 de março de 2025)

Descrição: Foi proposto à mestranda a criação de uma lista de emails obtidos na feira dos eventos “Qualifica 2025” e “Futurália 2025” no programa Microsoft Excel, de forma que estas pessoas possam receber a *newsletter* do Ensino Magazine.

3.4 Estudo de casos

De forma a determinar a melhor abordagem a desenvolver no projeto a criar, foram selecionados cinco jornais para a realização de estudo de casos. Os critérios para a seleção foram: possuírem edições tanto impressas como digitais, bem como possuírem projetos gráficos de referência. Os jornais selecionados foram os seguintes: Público, Jornal de Leiria, Jornal do Fundão, The Guardian e Libération.

3.4.1 Público

O jornal Público foi fundado em 5 de março de 1990). Com uma periodicidade diária, apresenta notícias da atualidade portuguesa, principalmente nas seções de Opinião, Política, Sociedade, Local, Mundo, Economia, Ciência e Ambiente, Cultura, Desporto, Tecnologia, Multimédia e Jornalismo de Dados (Público, 2025).

Além disso, o jornal tem como suplementos o P2, P3, Azul, Fugas, Ímpar e Ípsilon, sendo este último focado em notícias da cultura portuguesa e internacional, geralmente sobre figuras públicas, música e cinema.



Figura 138 — Logótipo do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).

O logótipo do Público é composto pela letra P, em que a palavra Público se encontra alinhada à haste da letra, estando o tamanho diretamente proporcional.

A nível de tipografia, tanto o logótipo como o projeto gráfico utilizam a fonte Publico, criada por Mark Porter e Simon Esterson (Schwartz, 2025), nas variantes Light, Roman, Medium, Bold e Extra-bold. No que toca à cor, o jornal Público utiliza o vermelho como cor principal.

Quanto ao uso da cor no jornal Público, verifica-se que a cor principal é o vermelho, devido à sua visibilidade no logótipo e em títulos do projeto gráfico. Ao analisar as cores na primeira página, observa-se que o título da notícia principal é acompanhado de uma cor como o amarelo ou o laranja, a linha-fina encontra-se a branco ou preto consoante a cor da imagética, enquanto as restantes notícias localizadas no fundo branco encontram-se a preto e os seus títulos a vermelho. O cabeçalho da primeira página apresenta por vezes uma cor bege, com títulos a vermelho e linha-fina a laranja. Ao longo do projeto gráfico, verifica-se que o friso das seções utiliza uma cor impactante, tendo a título de exemplo a seção “Destaque” com o vermelho. É possível também observar pequenos destaques e citações em outra cor, nomeadamente em azul, amarelo ou laranja, enquanto destaques menores aparecem a bege.

Quanto à primeira página do jornal Público, é possível observar a notícia principal de cada edição, destacada através do uso da imagem. É possível encontrar também a identidade visual do jornal, visível tanto na notícia principal como no cabeçalho, em que as notícias secundárias encontram-se em corpo de texto relativamente menor. Este fator é conseguido através do uso da grelha, que utiliza cinco colunas e ordena as notícias pela sua importância, verificado nas edições colocadas na figura 139.



Figura 139 — Primeiras páginas do jornal Público nas edições de agosto a dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Público, 2025).

No que toca ao cabeçalho, este geralmente encontra-se no topo da página, acompanhado de notícias com menor peso visual, enquanto a publicidade geralmente está localizada por baixo, especificamente no rodapé da página. Quanto às chamadas de capa, verifica-se que a notícia principal é sempre acompanhada de uma imagem e ocupa a maioria da página, enquanto as notícias menos importantes ocupam menor espaço na página, respeitando sempre o sistema de grelha. Assim, é possível obter uma hierarquia visual coerente, que capta facilmente a atenção do leitor para o que é mais importante.

Nas funções do texto utilizadas no projeto gráfico do Público, verifica-se que as suas páginas utilizam a maioria das funções, exceto o *lead* e citação, que não são obrigatórias, sendo que as páginas 40 e 41 da edição de 20 de março de 2020 são as que apresentam o maior número de funções (Figura 140), onde é possível verificar a existência da escala tipográfica. O jornal Público recorre, ainda, ao uso

de texto justificado no seu corpo de texto e ao menor número de vezes possível à hifenização, de forma a manter todo o texto uniforme.

Verifica-se, ainda, que o projeto gráfico do Público se encontra bem estruturado, devido ao facto de que a imagética ocupa a posição central do layout, situada ao longo do spread, enquanto o título e o subtítulo ocupam uma parte da página e o corpo de texto da notícia ocupa igualmente o spread.

Fólio Marcador **Fólio**

CULTURA Título de seção

Hayao Miyazaki Título

Salvar o planeta, um filme de cada vez Subtítulo

De *Nausicaa do Vale do Vento* a *Viagem de Chihiro*, o cineasta vem alimentando o imaginário com uma consciência ecológica que é hoje vital. Parte da sua filmografia está agora no Netflix

Linha fina

Abel Coentras **Linha de créditos**

Corpo de texto

O cinema de Hayao Miyazaki

O cinema que Hayao Miyazaki foi produzindo está recheado de crianças, raparigas, quase sempre, capazes de compreender a natureza e, com isso, de salvar a humanidade

Um outro universo: Inheritado

Figura 140 — Funções do texto do jornal Público no spread das páginas 40 e 41 da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que o projeto gráfico do Público utiliza, maioritariamente, uma grelha com cinco colunas para criar uma hierarquia visual, cujas colunas utilizam todas a mesma largura. Na figura 141, a área tipográfica encontra-se delimitada a magenta, enquanto as colunas encontram-se delimitadas a roxo.



Figura 141 — Sistema de grelha do jornal Público no spread das páginas 40 e 41 da edição de 20 de março de 2020. (Fonte: Público, 2020).

As fontes tipográficas utilizadas no projeto gráfico do Público, são as seguintes: Publico, Popular, Giorgio Sans e Graphik (Xavier, 2022), em que cada uma delas desempenha uma função diferente (Figuras 142 e 143).

A tipografia Publico é um tipo de letra serifado, que foi desenvolvida por Mark Porter e Simon Esterson e utilizada no redesign de 2012, sendo atualmente distribuída pela “Commercial Type” (Xavier, 2022). No jornal, são utilizadas as variantes light, roman e bold (Público, 2007).



Figura 142 — Fonte tipográfica Publico (Roman). (Fonte: Xavier, 2022).



Figura 143 — Fonte tipográfica Publico (Light, Bold, Roman) e Publico banner (Regular, Bold, Light). (Fonte: Xavier, 2022).

A tipografia Giorgio Sans é um tipo de letra sem serifa, que é utilizada na forma regular nos títulos do projeto gráfico do Público (Figura 144), sendo uma variante da fonte Giorgio e desenvolvida pela “Commercial Type” (Xavier, 2022).



Figura 144 — Fonte tipográfica Giorgio Sans (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).

A tipografia Graphik é um tipo de letra sem serifa, utilizada em textos, legendas e caixas secundárias, desenvolvida por Christian Schwartz (Figura 145). O seu formato permite, ainda, o seu uso e legibilidade em “*formatos pequenos*” (Xavier, 2022, p. 44).

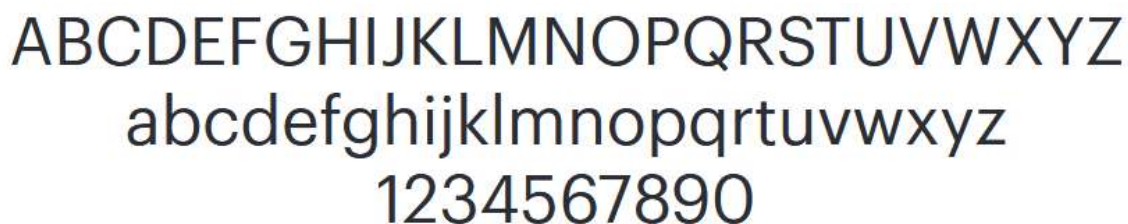


Figura 145 — Fonte tipográfica Graphik (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).

A tipografia Popular é um tipo de letra serifado, que é utilizado no suplemento P3 (Figura 146), bem como “*em títulos e destaques no site e redes sociais da submarca.*” (Xavier, 2022, p. 44).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 146 — Fonte tipográfica Popular (Regular). (Fonte: Xavier, 2022).

No que toca ao grafismo do jornal Público, este é caracterizado pelo uso de símbolos em determinadas seções, permitindo assim a criação de um pequeno destaque.

Quanto à estrutura editorial do projeto gráfico do Público, verifica-se que o jornal se encontra bem estruturado, dado a sua organização por seções. Assim, o jornal encontra-se dividido pela primeira página; as seções de artigos, divididas por “Destaque”, “Espaço Público”, “Política”, “Sociedade”, “Local”, “Economia”, “Mundo”, “Cultura” e “Desporto” (Figuras 147 a 150).

A primeira página de cada seção apresenta o nome da seção composto com um corpo maior, de forma que o leitor entenda em que seção se encontra. Já as seções finais encontram-se no meio do jornal, agrupadas pelas seções “Classificados”, “Guias” e “Jogos”.

Como suportes impressos, o Público recorre apenas ao jornal e seus suplementos. Quanto aos suportes digitais, o Público dispõe de um *website* próprio e está presente nas *Newsletters*, Alertas, Facebook, X, Instagram, LinkedIn, Youtube e RSS (Público, 2025).

Ao analisar o *website* do Público, verifica-se que este é bastante coerente com a versão impressa. Os temas redigidos no jornal podem ser facilmente acedidos através do *website*, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. A partir da página inicial, é possível aceder também à edição diária e anteriores do jornal Público (Figuras 151, 152 e 153).

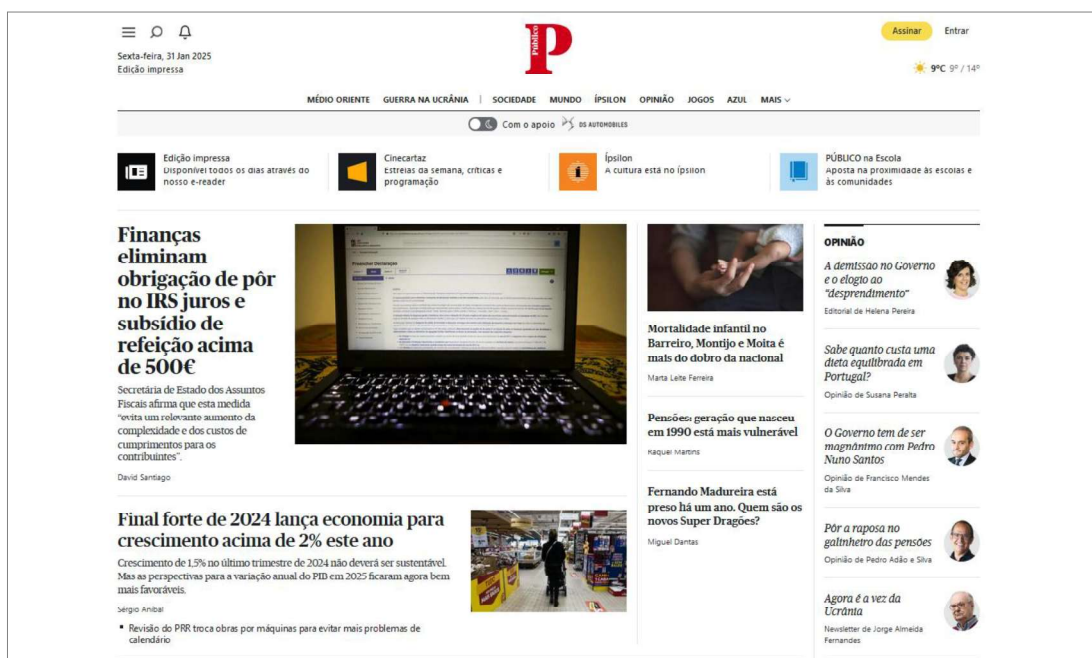


Figura 151 — Página inicial do *website* do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).

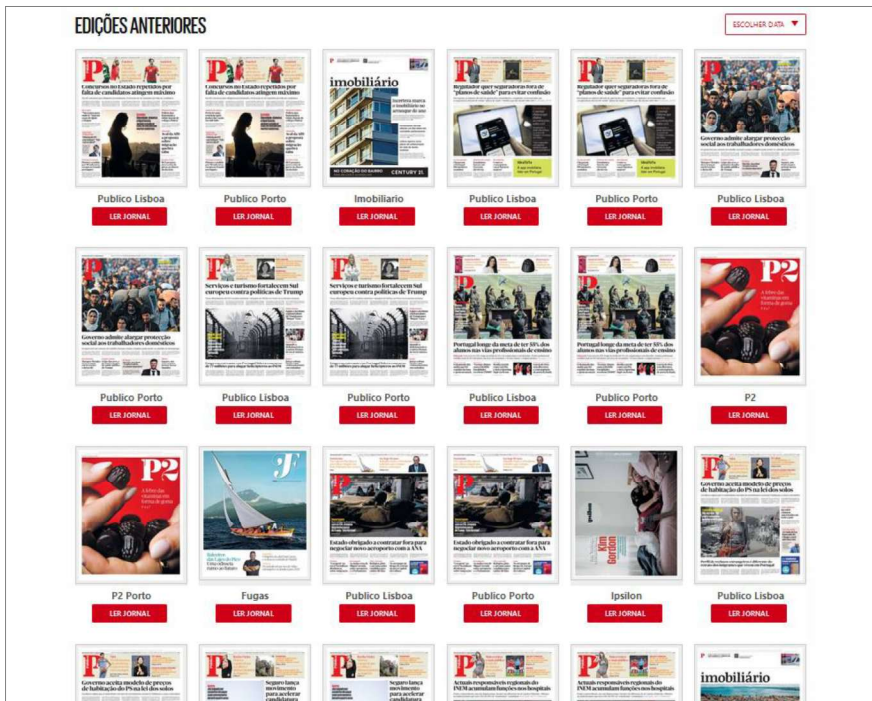


Figura 152 — Página “Edição impressa” do website do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).



Figura 153 — Página “Edição impressa” de 31 de janeiro de 2025 do website do jornal Público. (Fonte: Público, 2025).

Quanto ao Instagram, Facebook, X e Youtube, verifica-se que estes são atualizados regularmente, em que todos seguem a mesma linha gráfica do projeto gráfico do jornal Público (Figuras 154, 155, 156 e 157).

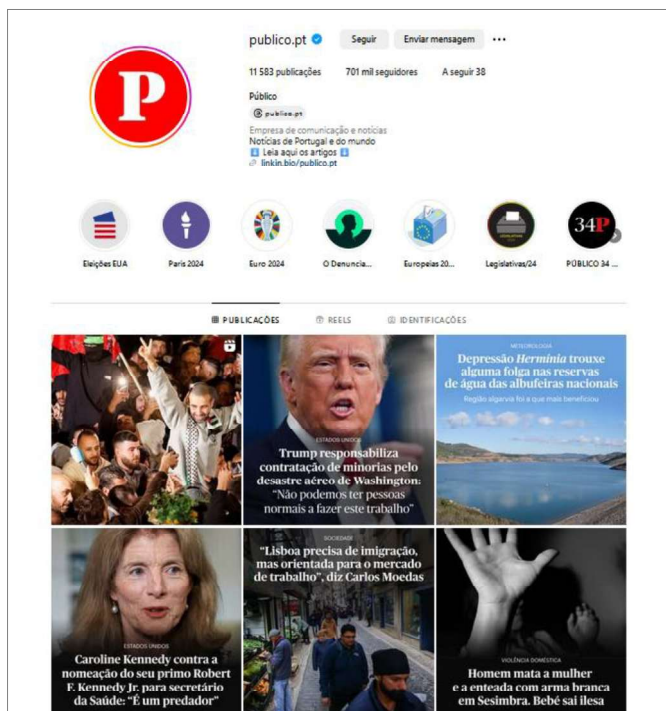


Figura 154 — Instagram do jornal Público. (Fonte: Instagram, 2025).



Figura 155 — X do jornal Público. (Fonte: X, 2025).

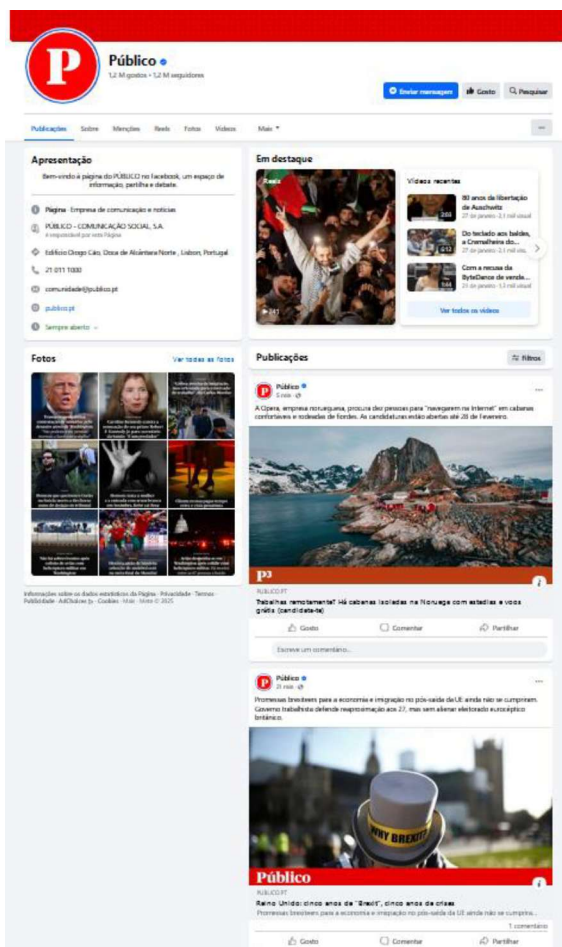


Figura 156 — Facebook do jornal Público. (Fonte: Facebook, 2025).

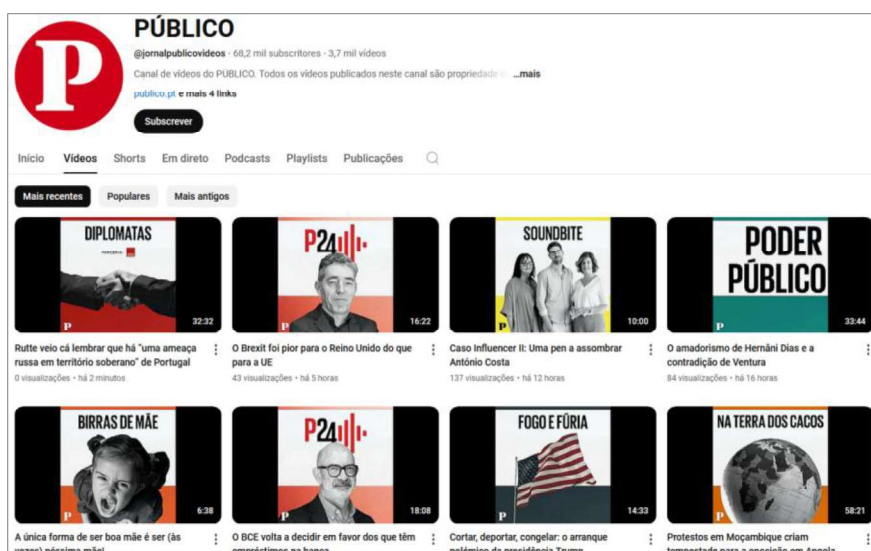


Figura 157 — Youtube do jornal Público. (Fonte: Youtube, 2025).

3.4.2 Jornal de Leiria

O Jornal de Leiria (Figura 158) foi fundado em abril de 1984, tendo o *layout* e identidade visual sofrido diversas alterações até alcançar o *layout* utilizado atualmente. Com uma periodicidade semanal, apresenta notícias da região de Leiria, principalmente nas seções de Abertura, Entrevista, Sociedade, Saúde, Economia, Desporto, Viver, Opinião, Classificados e Podcasts (Jornal de Leiria, 2025).

Além disso, o jornal já realizou diversos suplementos, como o Sobre Rodas, Santa Casa da Misericórdia, Economia do Mar, Ourém e Fátima, Notícias Monte Redondo e Carreira, Batalha, Pombal, 40 anos Gopecauto, Porto de Mós, Ambiente, Energia & Climatização, Enterro do Bacalhau, Marinha Grande, PME Excelência, 20 Anos Leirivolt e Jornal da Santa Casa da Misericórdia de Leiria.



Figura 158 — Logótipo do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).

O logótipo do Jornal de Leiria é composto pelas letras JL, e pelo nome Jornal de Leiria posicionada abaixo da sigla, e os 40 anos encontram-se encaixados na letra L.

A nível de tipografia, tanto o logótipo como o projeto gráfico utilizam a família tipográfica Guardian Egyptian (Figura 159), atualmente distribuída pela “Commercial Type” (Commercial Type, 2025).



Figura 159 — Fonte “Guardian Egyptian”, utilizada no Jornal de Leiria. (Fonte: Fontke, 2025).

No que toca à cor, o Jornal de Leiria utiliza o azul como cor principal, que simboliza a “*segurança e estabilidade*” (Serra, 2012), visível tanto na marca gráfica como nas caixas de texto em algumas notícias. No entanto, o livro de estilos do Jornal de Leiria menciona referências de cor CMYK a usar em cada seção, como visível na figura 160.

JL.1 - Geral	JL.2 - Emprego	JL.3 - Saúde	JL.4 - Ciência	JL.5 - Motor
100 60 0 0	100 0 40 0	100 0 90 0	100 0 90 0	0 60 100 15
JL.6 - Casas	JL.7 - Imobiliário	JL.8 - Viver social	JL.9 - Viver geral	JL.10 - Classificados (geral)
0 100 100 15	0 90 50 0	20 100 0 0	50 100 0 0	100 100 0 30

Figura 160 — Cores a utilizar em cada seção do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).

Ao analisar as cores na primeira página, verifica-se que dentro das imagens o título é branco, as notícias dentro das caixas de texto apresentam um fundo azul, título a vermelho e linha-fina a preto. As demais notícias têm um título azul-claro e, quando o título da notícia principal não está na própria imagem, é apresentado a preto. O cabeçalho é representado sempre com um fundo azul, cujo título aparece a vermelho e a linha-fina a preto. Nas demais seções, cada uma apresenta uma cor própria, no entanto quando existe alguma informação mais importante, esta é

destacada a vermelho, enquanto outras informações menos importantes são destacadas a laranja.

Quanto à primeira página do Jornal de Leiria, é possível observar o destaque conferido à notícia principal de cada edição, devido ao tamanho da imagem. É possível encontrar também o logótipo do jornal, visível sempre no cabeçalho, em que as notícias secundárias encontram-se sempre abaixo da notícia principal, compostas com um corpo de texto significativamente menor. A grelha permite ainda ordenar as notícias pela sua importância, verificado nas edições apresentadas na figura 161.



Figura 161 — Primeiras páginas do Jornal de Leiria nas edições de dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).

No que toca ao cabeçalho, este localiza-se no topo da página, acompanhado de uma ou duas pequenas notícias, localizadas ao lado direito do logótipo. A publicidade poderá aparecer tanto no cabeçalho como no rodapé da primeira página.

Quanto às chamadas de capa, e tal como ocorre no jornal Público, verifica-se que no Jornal de Leiria a notícia principal encontra-se sempre acompanhada de uma imagem que ocupa a maioria da primeira página, enquanto as notícias menos importantes ocupam relativamente pouco espaço na página, sempre respeitando o sistema de grelha adaptado pelo jornal. Assim, verifica-se a existência de uma hierarquia visual coerente, que permite ao leitor observar de imediato o que é mais importante.

Nas funções do texto utilizadas no projeto gráfico do Jornal de Leiria, verifica-se que as suas páginas utilizam a maioria das funções, exceto o subtítulo, linha-fina, capitulares, citação e legendas, que não são obrigatórias, sendo que as páginas 4 e 5 da edição de 11 de outubro de 2012 são as que apresentam o maior número de funções (Figura 162), onde é possível verificar a existência da escala tipográfica. O Jornal de Leiria recorre, ainda, ao uso de texto justificado no seu corpo de texto e utiliza a hifenização assim que necessário, de forma a manter todo o texto uniforme e sem quebras.

Verifica-se ainda, tal como no jornal Público, que o projeto gráfico do Jornal de Leiria se encontra bem estruturado, devido ao facto de que a imagética ocupa a posição central do *layout*, situada ao longo do *spread*, enquanto o título ocupa uma parte da página e o corpo de texto da notícia ocupa uma parte significativa do *spread*.

Fólio Marcador
 4.º Jornal de Leiria 11 de Outubro de 2012

Abertura
 Título de seção

Divisor de seção

Revolução anunciada no sector automóvel Título

Transformação O modelo actual do mercado automóvel parece estar ferido de morte, com muitas poucas hipóteses de sobrevivência. O adiamento da decisão de aquisição de carro novo e cada vez maiores dificuldades em obter crédito junto dos bancos fazem as vendas cair a picos. O parque automóvel português envelhece e as marcas vão ficando concentradas nas empresas que têm capacidade financeira para as gerir

Imagem

Lead

Linha de créditos

Corpo de texto

Oiho

Quando pesam os impostos no valor de um automóvel novo

24,7%	13,6%	23,3%	28,2%
peso de imposto no preço de venda ao público do Peugeot 208 1.6i - 110 CV (Linha Sport) 17.990,00 euros	peso de imposto no preço de venda ao público do Peugeot 208 1.6i - 110 CV (Linha Sport) 17.990,00 euros	peso de imposto no preço de venda ao público do Renault Clio 1.6i - 110 CV (Linha Sport) 17.990,00 euros	peso de imposto no preço de venda ao público do Volvo V40 2.0i - 150 CV (Linha Sport) 28.990,00 euros

Figura 162 — Funções do texto do Jornal de Leiria no spread das páginas 4 e 5 da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que o projeto gráfico do Jornal de Leiria faz uso, maioritariamente, de uma grelha de cinco colunas para ser possível a criação de uma hierarquia visual coerente entre si. Na figura 163, a área tipográfica encontra-se delimitada a magenta, enquanto as colunas encontram-se a roxo.



Figura 163 — Sistema de grelha do Jornal de Leiria no *spread* das páginas 4 e 5 da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).

No que toca ao grafismo do Jornal de Leiria, este é caracterizado pelo uso de retângulos ao longo da notícia, de forma a criar pequenos destaques.

Quanto à estrutura editorial do Jornal de Leiria, verifica-se que o jornal se encontra bem estruturado, dada a organização por seções identificáveis por cores. Assim, o jornal encontra-se dividido pela primeira página; as seções de artigos, divididas por “Geral”, “Emprego”, “Saúde”, “Ciência”, “Motor”, “Caixas”, “Imobiliário”, “Viver social”, “Viver geral” e “Classificados (geral)” (Figuras 164, 165, 166 e 167).

Tal como ocorre no jornal Público, a primeira página de cada seção apresenta o nome composto com um corpo maior do que as páginas seguintes, de forma que o leitor entenda em que seção se encontra. Além disso, determinadas seções apresentam um conjunto de cores distinto de outras seções. Já as seções finais encontram-se no meio do jornal, agrupadas pelas seções “Publicidade”, “Ficha técnica” e “Jogos”.



Figura 164 — Spread da seção “Economia” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).



Figura 165 — Spread da seção “Desporto” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).



Figura 166 — Spread da seção “Viver” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).



Figura 167 — Spread da seção “Agenda” da edição de 11 de outubro de 2012. (Fonte: Yumpu, 2012).

Como suportes impressos, o Jornal de Leiria possui apenas o próprio jornal e os seus suplementos. Quanto aos suportes digitais, o Jornal de Leiria dispõe de um website próprio e está presente no Facebook, X, Youtube, LinkedIn e Instagram (Jornal de Leiria, 2025).

Ao analisar o *website* do Jornal de Leiria (Figura 168), verifica-se que este segue integralmente a linha gráfica da versão impressa, cujo logótipo está presente no cabeçalho, e os temas redigidos no jornal podem ser facilmente acedidos através do menu, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. É possível também observar as edições atuais e anteriores do Jornal de Leiria.

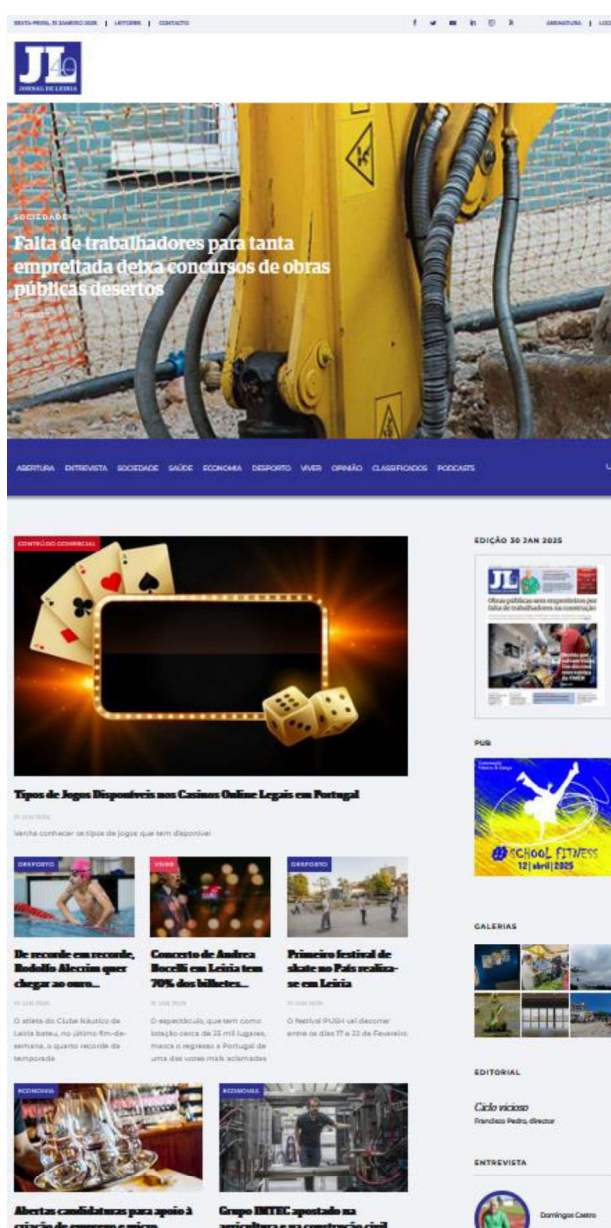


Figura 168 — Website do Jornal de Leiria. (Fonte: Jornal de Leiria, 2025).

Quanto ao Instagram, Facebook, X e Youtube, verifica-se que estes são atualizados regularmente, e que todos seguem a mesma linha gráfica do projeto gráfico do Jornal de Leiria (Figuras 169, 170 e 171).



Figura 169 — Facebook do Jornal de Leiria. (Fonte: Facebook, 2025).

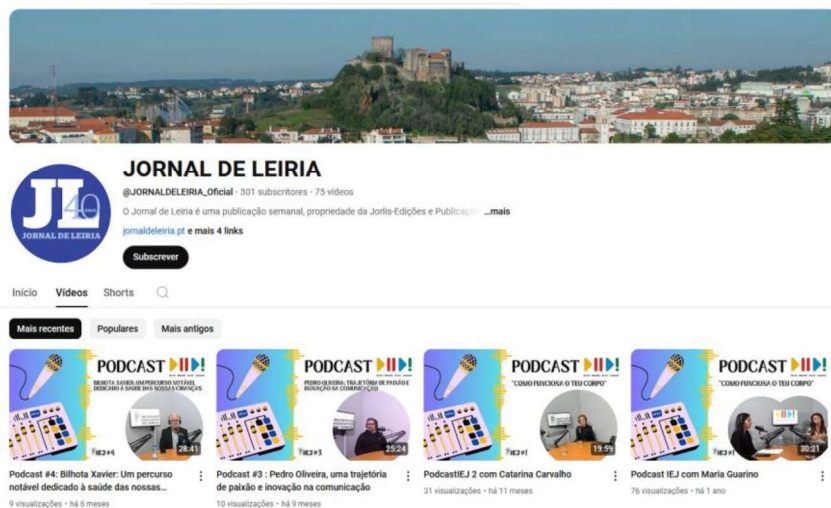


Figura 170 — Youtube do Jornal de Leiria. (Fonte: Youtube, 2025).

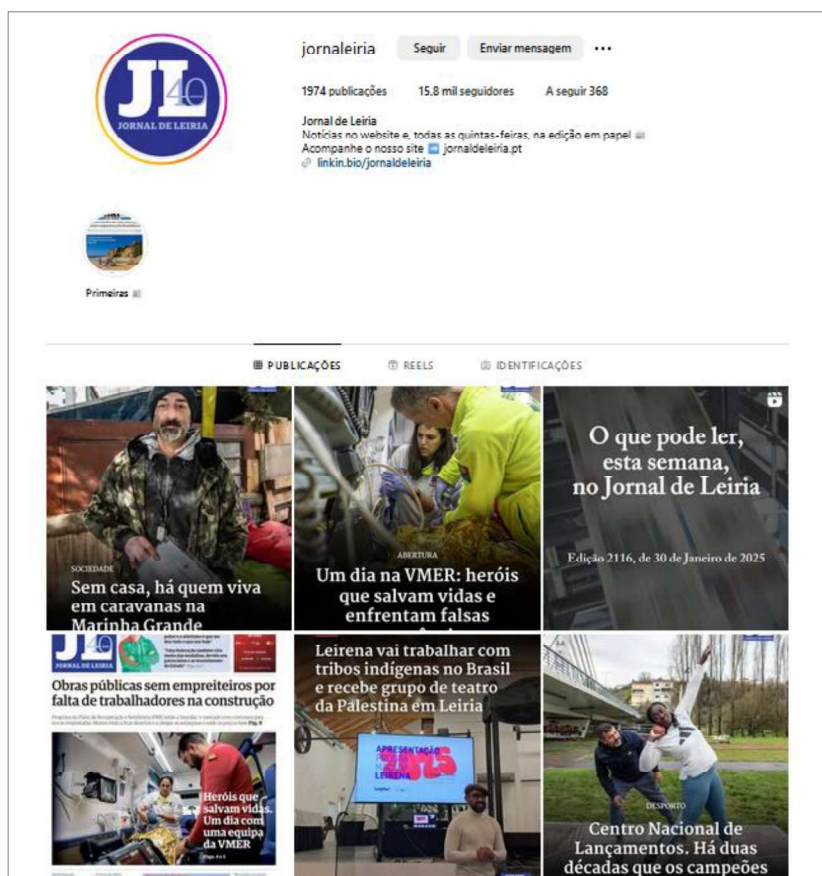


Figura 171 — Instagram do Jornal de Leiria. (Fonte: Instagram, 2025).

3.4.3 Jornal do Fundão

O Jornal do Fundão (Figura 172) foi fundado em 27 de janeiro de 1946. Com uma periodicidade semanal, apresenta notícias da região do Fundão e Covilhã, principalmente nas seções de Intercidades, Regional, Desporto, Cultura, Opinião, Mais JF, JF Motores, Sociedade, JF ON e In Community (Jornal do Fundão, 2025).

Além disso, o jornal apresenta alguns suplementos, como o JF Economia (Jornal do Fundão, 2025). No que toca à cor, o Jornal do Fundão utiliza o preto como cor principal de forma a representar a neutralidade, enquanto as seções do jornal encontram-se representadas através de outras cores como o vermelho e o laranja.

The image shows the main logo of the newspaper, which consists of the words "JORNAL DO FUNDÃO" written in a large, bold, black, stylized font. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The "DO" is smaller and positioned between "JORNAL" and "FUNDÃO".

Figura 172 — Logótipo do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).

No *website*, é utilizada uma variante do logótipo com as iniciais do jornal (Figura 173), enquanto nas redes sociais Facebook e Instagram, é utilizada outra variante do logótipo (Figura 174) com as iniciais e nome do jornal (Facebook e Instagram, 2025).



Figura 173 — Logótipo do Jornal do Fundão, utilizada no próprio *website*. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).



Figura 174 — Variantes do logótipo do Jornal do Fundão, utilizada no Facebook e Instagram. (Fonte: Facebook e Instagram, 2025).

Quanto à tipografia, o logótipo utiliza uma fonte script, enquanto o projeto gráfico utiliza fontes serifadas nos títulos e subtítulos, enquanto no texto e cabeçalho utiliza fontes não serifadas, de forma a facilitar a leitura.

Quanto ao uso da cor no Jornal do Fundão, verifica-se que a cor principal é o preto, devido à sua inclusão tanto no logótipo como em todas as caixas de texto. Ao analisar as cores na primeira página, observa-se que dentro das imagens o título é branco e o título das notícias poderá ser apresentado a vermelho ou azul, consoante a sua importância. O cabeçalho é representado sempre com um fundo branco. Nas seções do projeto gráfico, cada uma apresenta uma cor própria bem como os seus títulos e subtítulos. Informações como o “Correio das Freguesias” são destacadas a laranja.

Quanto à primeira página do Jornal do Fundão, tal como nos outros jornais analisados, é possível observar a notícia principal de cada edição, destacada através do uso da imagem. É possível encontrar também o logótipo do jornal, visível no cabeçalho, e as notícias secundárias encontram-se em corpo de texto relativamente menor. Este fator é conseguido através do uso da grelha, que permite ordenar as notícias pela sua importância, verificado nas edições colocadas na figura 175.



Figura 175 — Primeiras páginas do Jornal do Fundão nas edições de dezembro de 2024 e janeiro de 2025. (Fonte: Sapo, 2025).

No que toca ao cabeçalho, este localiza-se perto do topo da página, acompanhado de duas pequenas notícias por cima. A publicidade poderá aparecer tanto no cabeçalho como no rodapé da primeira página. Quanto às chamadas de capa, verifica-se por regra geral, que a notícia principal utiliza sempre uma imagem que ocupa a maioria da página, enquanto as notícias menos importantes ocupam menor espaço na página, respetivamente, enquanto o sistema de grelha é sempre respeitado. Assim, o leitor consegue observar o que é mais importante a partir da obtenção de uma hierarquia visual coerente.

Relativamente às funções do texto utilizadas no Jornal do Fundão, verifica-se que as suas páginas utilizam a maioria das funções, exceto o *lead*, entretítulo, fólio, citação e olho, que não são obrigatórias, sendo que as páginas 16 e 17 da edição de 31 de outubro de 2024 são as que apresentam o maior número de funções (Figura 176), onde é possível verificar também a existência da escala tipográfica. O Jornal do Fundão utiliza ainda texto justificado no seu corpo de texto e sempre que possível a hifenização, de forma a manter todo o texto uniforme.

<p>16 REGIONAL Vila, Aldeias e Territórios</p> <p>16 REGIONAL Vila, Aldeias e Territórios</p> <p>VALE DE PRAZERES / Assembleia de Freguesia vai agitar Antetúlio</p> <h1>População quer saber mais sobre projeto de renováveis</h1> <p>Habitantes querem mais informação sobre projetos de energias renováveis. Uma elite da oposição perde de vista o mandato do presidente, que garante cumprir a lei</p> <p>Linha de créditos Capitalizar</p> <p>Miguel Geraldes</p> <p>A Assembleia de Freguesia do Vale de Prazeres, em Vila Verde, vai reunir-se esta noite para discutir o projeto de renováveis que a população quer saber mais sobre. O presidente da Assembleia, Miguel Geraldes, garante que a freguesia vai cumprir o mandato do presidente da Assembleia de Freguesia, José Manuel Carreira, e que a população vai ter mais informação sobre o projeto de renováveis.</p> <p>Linha de créditos Capitalizar</p> <p>Miguel Geraldes</p> <p>A Assembleia de Freguesia do Vale de Prazeres, em Vila Verde, vai reunir-se esta noite para discutir o projeto de renováveis que a população quer saber mais sobre. O presidente da Assembleia, Miguel Geraldes, garante que a freguesia vai cumprir o mandato do presidente da Assembleia de Freguesia, José Manuel Carreira, e que a população vai ter mais informação sobre o projeto de renováveis.</p> <p>Linha de créditos Capitalizar</p> <p>Miguel Geraldes</p> <p>A Assembleia de Freguesia do Vale de Prazeres, em Vila Verde, vai reunir-se esta noite para discutir o projeto de renováveis que a população quer saber mais sobre. O presidente da Assembleia, Miguel Geraldes, garante que a freguesia vai cumprir o mandato do presidente da Assembleia de Freguesia, José Manuel Carreira, e que a população vai ter mais informação sobre o projeto de renováveis.</p>	<p>Data e nome da publicação JORNAL «FUNDAO» - 31 de outubro de 2024</p> <p>Data e nome da publicação JORNAL «FUNDAO» - 31 de outubro de 2024</p> <p># VILA VERDE BOGADO</p> <p>Festa do Vila de Trindade em Santarém no campo de Feiras</p> <p>O Campo de Feiras de Vila Verde vai receber a Festa do Vila de Trindade em Santarém, no campo de Feiras, no dia 11 de novembro. A festa é organizada pela Associação de Vila Verde e terá lugar no campo de Feiras, no dia 11 de novembro.</p> <p># DEBATE / Profissionais e especialistas em conversa</p> <h1>Violência interparespental "tem sempre impacto"</h1> <p>Mo evento foram expostas soluções que podem contribuir para que as crianças cresçam em ambientes seguros e protegidos</p> <p>O impacto da violência interparespental nas famílias, e como isso afeta as crianças, foi o tema de um debate que aconteceu no dia 10 de outubro, no Centro de Formação de Vila Verde. O debate foi moderado por Miguel Geraldes e contou com a participação de especialistas em violência interparespental e em bem-estar infantil.</p> <p># MORSAFIO</p> <p>Aldia recebe encontro musical mediterrânico</p> <p>Aldia recebeu no dia 10 de outubro um encontro musical mediterrânico, organizado pela Associação de Vila Verde. O encontro contou com a participação de músicos locais e foi uma ótima oportunidade para os participantes se conhecerem e partilharem experiências.</p> <p># DIBADIA-8-NOVA</p> <p>"Não é amor" critica cultura contra a violência doméstica</p> <p>A obra "Não é amor" de DIBADIA-8-NOVA é uma crítica à cultura da violência doméstica. A obra aborda a importância de reconhecer e combater a violência doméstica, e de criar ambientes seguros e protegidos para as crianças.</p> <p># BELMONTI / Agrupamento Pedro Álvares Cabral</p> <h1>Escola tem candidatura aprovada</h1> <p>A candidatura para a renovação da escola do Agrupamento Pedro Álvares Cabral, em Vila Verde, foi aprovada. A escola vai receber um novo espaço educativo, com um ambiente seguro e protegido para as crianças.</p>
---	--

Figura 176 — Funções do texto do Jornal do Fundão no spread das páginas 16 e 17 da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que o projeto gráfico do Jornal do Fundão utiliza também, maioritariamente, uma grelha de cinco colunas de forma ser possível a criar uma hierarquia visual coerente entre si, cujas colunas apresentam a mesma largura. Na figura 177, a área tipográfica encontra-se delimitada a magenta, enquanto as colunas encontram-se a roxo.



Figura 177 — Sistema de grelha do Jornal do Fundão no spread das páginas 16 e 17 da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).

No que toca ao grafismo do Jornal do Fundão, este é caracterizado pelo uso de um ícone de carta em uma secção e de traços no fim das notícias. O “Correio das Freguesias” é apresentado à direita com um ícone de uma carta, bem como de um traço colorido que representa o fim de uma notícia.

Quanto à estrutura editorial do projeto gráfico do Jornal do Fundão, verifica-se que o jornal está dividido por seções e cores. Assim, o jornal encontra-se dividido pela primeira página, que é o primeiro elemento do projeto gráfico observado pelo leitor; as seções de artigos, divididas por “Cidadania”, “Especial”, “Atualidade”, “Intercidades”, “Opinião”, “Regional”, “Desportos” (Figuras 178, 179, 180 e 181).

As páginas de cada secção apresentam o nome composto em caixa alta, de forma que o leitor entenda em que secção se encontra. Já as seções finais encontram-se no meio do jornal, agrupadas pelas seções “Agenda” e as suas sub-seções, como o “Almanaque”.

LANÇAMENTO DE NOVO LIVRO | Fernando Paulouro Neves

Anistória do parente de Fernando Pessoa

O jornalista e escritor Fernando Paulouro Neves escreve um novo romance que será apresentado no Casino Fundanense no dia 9

Inês Miguel

O Tribunal das Almas... Os espíritos de Deus... "O Espíritos de Deus" que acaba de ser publicado pela Editora Guerra e Paz, é o mais recente livro de Fernando Paulouro Neves. Trata-se de um longo romance que se desenrola numa cidade imaginária, sendo como personagem central Marinho Pessoa, que andou pela Beira Interior (atualmente Fundão) e Coimbra, viajando para o regresso a Portugal para um último momento de tempo livre.



Fernando Paulouro Neves em entrevista

Segundo a editora, "quando as figuras se aproximam surge a luz da 2ª de setembro de 1941, a mais gloriosa sobre a liberdade...".

Magisto popular no Castelo de Beira... A história conta a história de um homem que viveu em Beira no século XVIII, no tempo de D. João V. A história conta a história de um homem que viveu em Beira no século XVIII, no tempo de D. João V.

Magisto popular no Castelo de Beira... A história conta a história de um homem que viveu em Beira no século XVIII, no tempo de D. João V.

CONTRIBUÍDO



Magisto popular no Castelo de Beira

Magisto popular no Castelo de Beira... A história conta a história de um homem que viveu em Beira no século XVIII, no tempo de D. João V.

Magisto popular no Castelo de Beira... A história conta a história de um homem que viveu em Beira no século XVIII, no tempo de D. João V.

CIVILIDADE CRIATIVA | Decorre de 8 a 14 de novembro

Juntar a comunidade para a cultura do design

"A cidade e o design" é o tema que vai levar atividades para a rua e colocar a área em espaço mais aberto, para a comunidade em geral

Inês Miguel

O programa da terceira edição da Civilidade Criativa da Câmara Municipal de Fundão, decorre de 8 a 14 de novembro. O tema desta edição é "A cidade e o design".



Reunião na preparação do projeto de trabalho

Segundo a vereadora com o cargo de cultura da Câmara Municipal, Regina Correia, o objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

Segundo a vereadora com o cargo de cultura da Câmara Municipal, Regina Correia, o objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

CONTRIBUÍDO



Reunião na preparação do projeto de trabalho

Reunião na preparação do projeto de trabalho... O objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

Reunião na preparação do projeto de trabalho... O objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

SEMINÁRIO | Webinars da sexualidade das pessoas com deficiência

O direito a tomar decisões de forma autónoma

A Conferência Nacional das Instituições de Solidariedade (CNSI), com o apoio da Direção Distrital dos SPSS de Castelo Branco, promove no dia 27 de outubro, no Casino Fundanense, o seminário "Webinars da sexualidade, educação e relações de intimidade de pessoas com deficiência".



Webinars da sexualidade das pessoas com deficiência

Webinars da sexualidade das pessoas com deficiência... O objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

Webinars da sexualidade das pessoas com deficiência... O objetivo é promover a cultura do design, através de atividades que envolvam a comunidade.

INICIATIVA | Para conscienciar e alertar

Cidade volta a correr pela diabetes

A Câmara Municipal de Fundão, em parceria com o Programa Nacional para a Diabetes e o Instituto Português do Diabetes, promove o evento "Cidade volta a correr pela diabetes".

A Câmara Municipal de Fundão, em parceria com o Programa Nacional para a Diabetes e o Instituto Português do Diabetes, promove o evento "Cidade volta a correr pela diabetes".

MÚSICA | Concerto acompanhado por violão

Tributo a Ryuichi Sakamoto no TMC

O Teatro Municipal de Fundão (TMC) recebe, no dia 27 de outubro, o espetáculo "Tributo a Ryuichi Sakamoto".

O Teatro Municipal de Fundão (TMC) recebe, no dia 27 de outubro, o espetáculo "Tributo a Ryuichi Sakamoto".

Figura 180 — Spread da seção "Intercidades" da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).

TRIBUNA

O párcaro do "manguito"

Arnaldo Sarinho

Algum tempo depois do falecimento do pai, José Augusto de Sousa, fui chamado para assumir a gestão do "manguito". O párcaro do "manguito" é um espaço de lazer e recreação que pertence à comunidade local.

Algum tempo depois do falecimento do pai, José Augusto de Sousa, fui chamado para assumir a gestão do "manguito". O párcaro do "manguito" é um espaço de lazer e recreação que pertence à comunidade local.

NECESSA A CASA

O comboio regional - A urgência

Carlos Daniel

Quando apuro o Comboio Regional para a Beira Interior, sinto-me triste e preocupado. A falta de um comboio regional é uma realidade que afeta a população da região.

Quando apuro o Comboio Regional para a Beira Interior, sinto-me triste e preocupado. A falta de um comboio regional é uma realidade que afeta a população da região.

CETAIME | Decorre de 15 a 17 de novembro

Vinhos e Sabores da Beira Interior regressam à Pinhal

A 9.ª edição do Beira Interior - Vinhos & Sabores, evento que abrange o território de 20 municípios, tem, este ano, a internacionalização em destaque



O terceiro fim de semana de novembro marca o regresso à Pinhal da Beira Interior - Vinhos e Sabores, evento que abrange o território de 20 municípios, com este ano, a internacionalização em destaque.

O terceiro fim de semana de novembro marca o regresso à Pinhal da Beira Interior - Vinhos e Sabores, evento que abrange o território de 20 municípios, com este ano, a internacionalização em destaque.

SEJA

CNSI organiza passeios às Penhas Douradas

F. C. ROBBIO



A Câmara Municipal de Fundão organiza, no dia 15 de novembro, um passeio às Penhas Douradas. O passeio é organizado pela Associação de Amadores de Fotografia da Beira Interior.

A Câmara Municipal de Fundão organiza, no dia 15 de novembro, um passeio às Penhas Douradas. O passeio é organizado pela Associação de Amadores de Fotografia da Beira Interior.

Figura 181 — Spread da seção "Opinião" da edição de 31 de outubro de 2024. (Fonte: Scribd, 2024).

Como suportes impressos, o Jornal do Fundão utiliza apenas o jornal. Quanto aos suportes digitais, o Jornal do Fundão apresenta o seu próprio *website* e está presente no Facebook, Instagram e Youtube (Jornal do Fundão, 2025).

Ao analisar o *website* do Jornal do Fundão, verifica-se a coerência para com a versão impressa, cujo logótipo integra o cabeçalho da página, e as seções do jornal podem ser facilmente acedidas através do *website*, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. A partir da página inicial, é possível aceder também à edição diária e anteriores do Jornal do Fundão (Figuras 182 e 183).



Figura 182 — Página inicial do *website* do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).

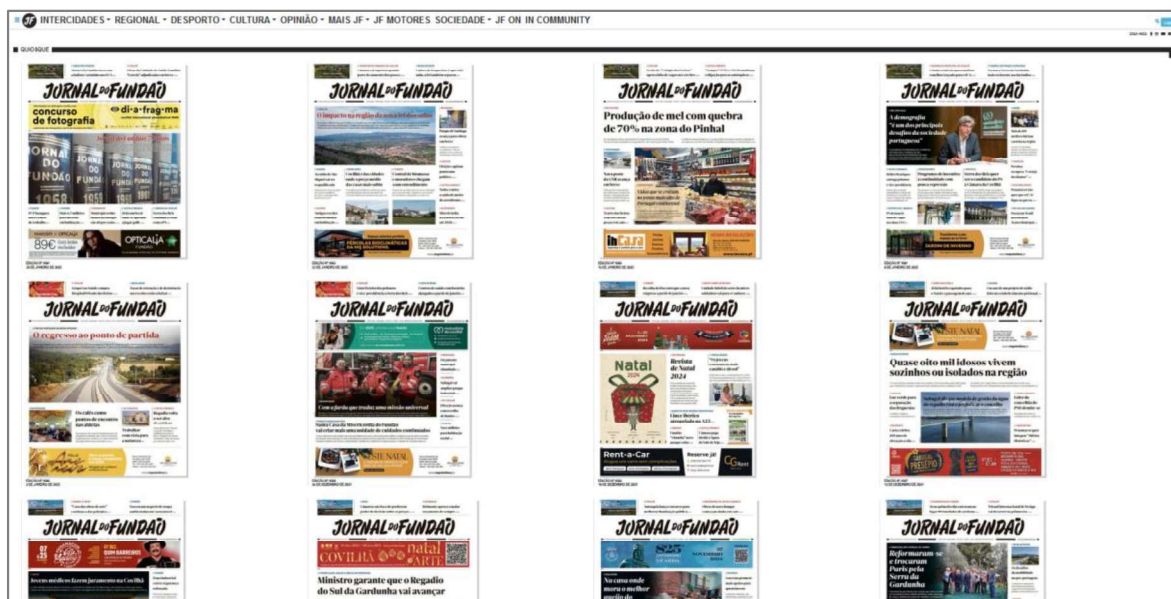


Figura 183 — Página “Quiosque” do website do Jornal do Fundão. (Fonte: Jornal do Fundão, 2025).

Quanto ao Facebook, Instagram e Youtube, verifica-se que estes são atualizados regularmente, e todos seguem a mesma linha gráfica do projeto gráfico do Jornal do Fundão (Figuras 184, 185 e 186).

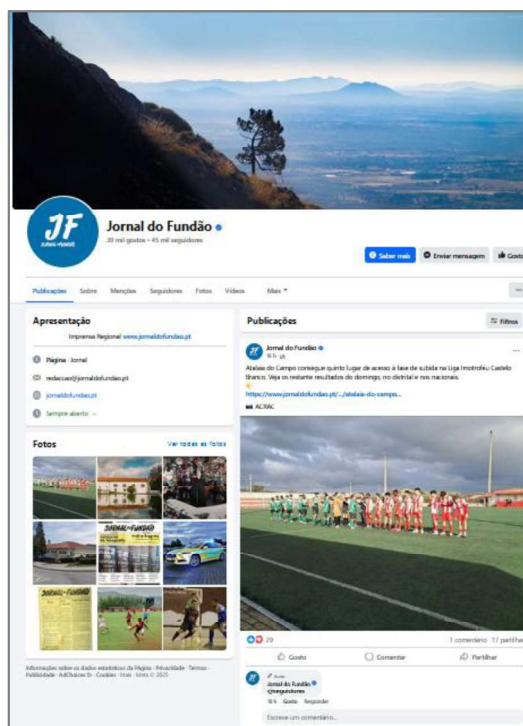


Figura 184 — Facebook do Jornal do Fundão. (Fonte: Facebook, 2025).

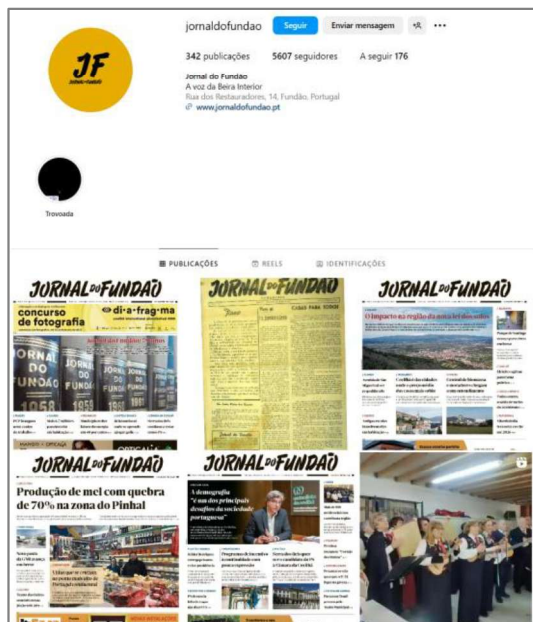


Figura 185 — Instagram do Jornal do Fundão. (Fonte: Instagram, 2025).

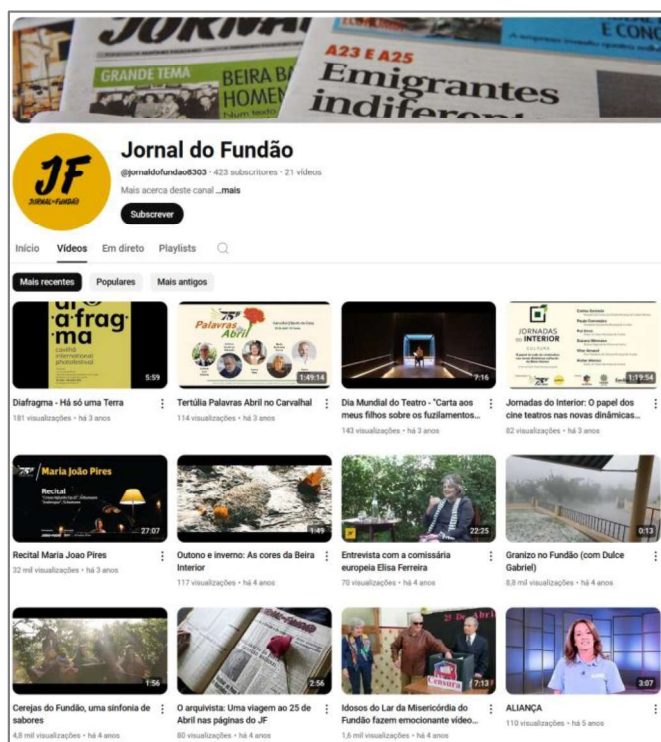


Figura 186 — Youtube do Jornal do Fundão. (Fonte: Youtube, 2025).

3.4.4 The Guardian

O jornal The Guardian, anteriormente Manchester Guardian, foi fundado por John Edward Taylor em 5 de maio de 1821 (Figura 187).

Com uma periodicidade diária, apresenta notícias da atualidade mundial, principalmente nas seções de Notícias, Opinião, Desporto, Cultura e Estilo de Vida. Além disso, o jornal tem como suplementos o G2, G2 – Journal, The Guide, Weekend, Feast, Review, Guardian – Sport, Saturday Magazine e Whats' On (Magzter, 2025).

The logo for The Guardian, featuring the words "The Guardian" in a bold, black, serif typeface. "The" is positioned above "Guardian", and the two words are centered horizontally.

Figura 187 — Logótipo do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).



Figura 188 — Variante do logótipo do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).

O logótipo do jornal The Guardian é formado por “Guardian” em baixo e “The” em cima, que está encaixado na palavra. A variante do logótipo, formado apenas pela letra G, é apresentada no *website* (Figura 188) e na *app*. A nível de tipografia, tanto o logótipo como o projeto gráfico utilizam a fonte Guardian, criada por Mark Porter (The Guardian, 2025). No que toca à cor, o jornal The Guardian utiliza o azul como cor principal, que simboliza a “*segurança e estabilidade*” (Serra, 2012). No entanto, o projeto gráfico utiliza outras cores para distinguir todas as seções de notícias (Figura 190), como o vermelho, laranja, azul, castanho e cor-de-rosa (The Guardian, 2025).



Figura 189 — Fonte Guardian Titlepiece. (Fonte: The Guardian Design, 2025).



Figura 190 — Cores utilizadas nas seções do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian Design, 2025).

Ao analisar as cores na primeira página, verifica-se que dentro das imagens o título é amarelo, o texto a preto e a linha de créditos e citação são apresentadas a vermelho. Notícias menos importantes têm o título apresentado a azul-claro e notícias que seguem para outras páginas são apresentadas com uma seta vermelha ou amarela. Nas demais seções, cada uma apresenta uma cor própria, no entanto quando existe alguma informação mais importante, esta é destacada a amarelo ou até mesmo apresentada numa caixa de texto azul.

Quanto à primeira página do jornal The Guardian, é possível observar a notícia principal de cada edição, destacada através do uso da imagem e de texto que poderá incluir capitulares. O logótipo encontra-se no cabeçalho, acompanhada de publicidade e sempre no topo da página. O seu fundo é representado a azul e as palavras a branco, e o seu tamanho varia consoante a notícia e publicidade apresentadas no cabeçalho.

Este fator é conseguido através do uso da grelha, que utiliza cinco colunas e ordena as notícias pela sua importância, verificado nas edições colocadas na figura 191.

Quanto às chamadas de capa, verifica-se que a notícia principal se encontra geralmente acompanhada de imagética. Assim, é possível obter uma hierarquia visual coerente, que capta facilmente a atenção do leitor para o que é mais importante.



Figura 191 — Primeiras páginas do jornal The Guardian nas edições de janeiro e fevereiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).

Nas funções do texto utilizadas no projeto gráfico do jornal The Guardian, verifica-se que as suas páginas utilizam a maioria das funções, exceto o subtítulo, linha-fina, lead, fôlio, capitulares e entretítulo, que não são obrigatórias, sendo que as páginas 2 e 3 da edição de 30 de janeiro de 2025 são as que apresentam o maior número de funções (Figura 192), onde é possível verificar também a existência da escala tipográfica. O jornal The Guardian recorre, ainda, ao uso de texto justificado no seu corpo de texto e ao menor número de vezes possível à hifenização, de forma a manter todo o texto uniforme. Na figura 193 é ainda possível encontrar outras funções do texto, como a legenda contida na própria imagem e o olho visível ao longo da notícia, de forma a criar destaque.

The image shows a two-page spread from The Guardian newspaper, dated Thursday, 30 January 2025. The layout is divided into several columns and sections. On the left, there is a sidebar with navigation links and a 'Weather' section. The main content area features a large headline: 'Actor Noel Clarke suffers blow in libel case against the Guardian'. Below this, there is a sub-headline 'Linha de créditos' and a body of text. To the right of the main article, there is another headline: 'Curators fear for jobs after English Heritage says it will cut 200 roles and limit opening days'. This article includes a photograph of a large stone building, likely a heritage site, and a caption below it. Further down, there is a section titled 'NHS England boss Pritchard under fire in row over reform', which includes a photograph of a man in a suit. The page also contains various smaller sections like 'Weather', 'Quick crossword', and 'Cartoon'. The text is justified, and there are several instances of hifenization. The overall design is clean and professional, typical of a major news outlet.

Figura 192 — Funções do texto do jornal The Guardian no spread das páginas 2 e 3 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magtzer, 2025).

British Museum given record £1bn collection of Chinese ceramics

British Museum has been given a private collection of Chinese ceramics worth about £1bn, the highest value for any collection of Chinese art. The British Museum has been given a private collection of Chinese ceramics worth about £1bn, the highest value for any collection of Chinese art. The British Museum has been given a private collection of Chinese ceramics worth about £1bn, the highest value for any collection of Chinese art.

The 4,500 pieces, dating from the start of the 16th century, have been given to the museum by the trustees of the Sir Percival David Foundation of Chinese Art. They had been on loan to the museum since 2015.

It means the British Museum will have the largest collection of Chinese ceramics in the world, including the largest collection of Chinese art. The British Museum has been given a private collection of Chinese ceramics worth about £1bn, the highest value for any collection of Chinese art.

The collection includes a wide range of objects, including vases, bowls, plates, and figurines. It also includes a large number of pieces that were made for the British Museum's collection.

The collection is the largest ever to be given to a museum in the UK. It is a testament to the British Museum's commitment to the study and preservation of Chinese art and culture.

Number of people with diabetes has doubled in 30 years, global study says

Anna Rowland Health and medical affairs

The number of people with diabetes has doubled over the past 30 years, according to an international study published in the *Lancet*. The study, which included data from 19 countries, found that the number of people with diabetes has increased from 100 million in 1990 to 200 million in 2020.

The study also found that the number of people with diabetes has increased in all countries, including those with low and middle income. The increase was most pronounced in high-income countries, where the number of people with diabetes has increased by more than 100%.

The study's findings highlight the need for action to prevent and manage diabetes. The researchers call for a focus on lifestyle changes, such as eating a healthy diet and exercising regularly, to reduce the risk of developing diabetes.

The study also found that the number of people with diabetes has increased in all countries, including those with low and middle income. The increase was most pronounced in high-income countries, where the number of people with diabetes has increased by more than 100%.

Most TV ads for sweets and crisps shown before watershed

David Connolly Food and drink

Most TV adverts for sweets, crisps and fast-food items were shown on children's television before the watershed, according to a new study. The study, which analyzed 100 TV adverts, found that 80% of the adverts were shown before 9pm.

The researchers say that this is a concern because children's television is intended to be a safe environment for children. They call for stricter regulations to ensure that adverts for sweets and crisps are not shown to children.

The study also found that the majority of adverts for sweets and crisps were shown during the evening news. This is a time when many children are watching television.

The researchers say that this is a concern because children's television is intended to be a safe environment for children. They call for stricter regulations to ensure that adverts for sweets and crisps are not shown to children.

Every client needs an accounting hero

Heroic accountants and bookkeepers, easily scale up with any size client and help them charge to victory with QuickBooks. Our intuitive solutions and flexible plans are here to support you and your clients' growth journey.

Search 'QuickBooks for accountants'

INTUIT quickbooks FOR THE HERO BEHIND THE HEROES

Figura 193 — Funções do texto do jornal The Guardian no spread das páginas 16 e 17 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que o projeto gráfico do The Guardian utiliza, maioritariamente, uma grelha com cinco colunas para criar uma hierarquia visual, cujas colunas têm todas a mesma largura. Na figura 194, a área tipográfica encontra-se delimitada a magenta, enquanto as colunas encontram-se delimitadas a roxo.

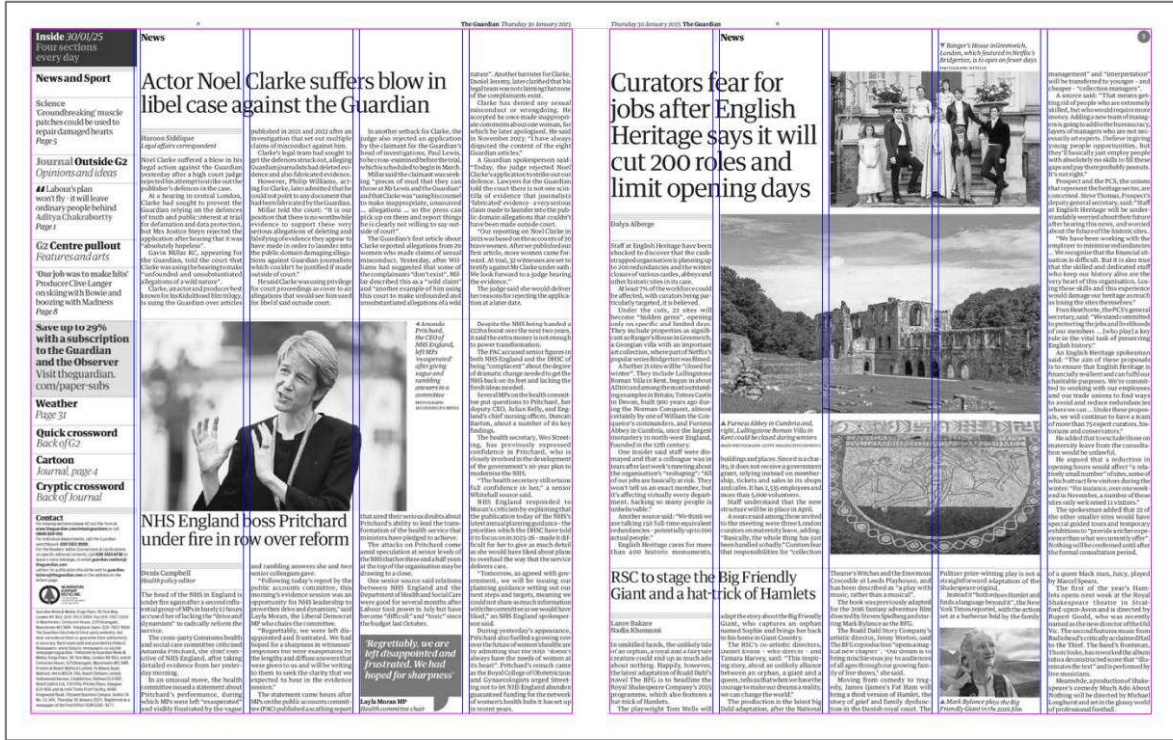


Figura 194 — Sistema de grelha do jornal The Guardian na *spread* das páginas 2 e 3 da edição de 30 de janeiro de 2025. (Fonte: Magzter, 2025).

No que toca ao grafismo do jornal The Guardian, este é caracterizado pelo uso de um a três pontos a cinzento no topo da página, bem como o uso de triângulos perto das figuras, de forma a identificar a sua localização. As citações dispostas ao longo do projeto gráfico apresentam um balão de diálogo por baixo do texto. O jornal utiliza, também, caixas de cor que permitem dar destaque a uma determinada parte do texto, que utiliza a cor referente ao tema da seção.

Quanto à estrutura editorial do projeto gráfico do jornal The Guardian, verifica-se que o jornal está bem estruturado, devido a sua organização por seções com a sua respetiva cor. Assim, o jornal encontra-se dividido pela primeira página; as seções de artigos, divididas por “Notícias”, “Nacional”, “Mundo”, “Tempo” e “Desporto”. As seções finais encontram-se no meio do jornal, agrupadas pelas seções “Advertisement” (Figuras 195, 196, 197 e 198). Na figura 197, é possível observar o fundo preto devido ao caráter da notícia.

British Museum given record £1bn collection of Chinese ceramics

Madia Khamsi
Arts and culture correspondent

The British Museum has been given a private collection of Chinese ceramics worth about £1bn, the highest value donation in its history.

The 1,500 pieces, dating from the third to the 20th century, have been given to the museum by the collector, Chinese art collector and philanthropist Chen An. They had been on loan to the museum since 2019.

It means the British Museum will now hold one of the most important collections of Chinese ceramics of any public institution outside the Chinese-speaking world, without having to pay for them.

Highlights from the collection include the 'Daxi' vase from the 13th century, which depicts a woman in a blue and white costume.

"This is the largest bequest to the British Museum in over 100 years. It is a real source of confidence in our future, and comes at a highly significant moment for the museum as we mark our centenary in 2025," said the museum's director, Hartwig Fischer.

David, who died in 2019, was a major collector of Chinese art and ceramics. He had been on loan to the museum since 2019.

It means the British Museum will now hold one of the most important collections of Chinese ceramics of any public institution outside the Chinese-speaking world, without having to pay for them.

Highlights from the collection include the 'Daxi' vase from the 13th century, which depicts a woman in a blue and white costume.

"This is the largest bequest to the British Museum in over 100 years. It is a real source of confidence in our future, and comes at a highly significant moment for the museum as we mark our centenary in 2025," said the museum's director, Hartwig Fischer.

Number of people with diabetes has doubled in 30 years, global study says

Anna Bowden
Health and social affairs correspondent

The number of people with diabetes has doubled in 30 years, according to a global study published in the *Lancet* journal.

The study, which looked at data from 2000 to 2020, found that the number of people with diabetes has risen from 100 million in 2000 to 200 million in 2020.

The study also found that the number of people with diabetes has risen in every country, with the largest increases seen in low- and middle-income countries.

The study also found that the number of people with diabetes has risen in every country, with the largest increases seen in low- and middle-income countries.

The study also found that the number of people with diabetes has risen in every country, with the largest increases seen in low- and middle-income countries.

Every client needs an accounting hero

Heroic accountants and bookkeepers, easily scale up with any size client and help them charge to victory with QuickBooks. Our intuitive solutions and flexible plans are here to support you and your clients' growth journey.

Search 'QuickBooks for accountants'

FOR THE HERO BEHIND THE HEROES

INTUIT quickbooks

Most TV ads for sweets and crisps shown before watershed

Denis Campbell
Food policy writer

Most TV adverts for sweets, crisps and chocolate bars are shown before the watershed, according to a new study.

The study, which looked at data from 2019 to 2021, found that 70% of TV adverts for sweets and crisps are shown before the watershed.

The study also found that 60% of TV adverts for chocolate bars are shown before the watershed.

The study also found that 60% of TV adverts for chocolate bars are shown before the watershed.

Figura 195 — Spread da seção “National” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).

Delaying climate finance till 2035 'damaging' to poor countries - study

Fiona Harvey
News Copy

Four countries need \$200bn a year in climate finance by 2035, five times what they are currently getting, according to a new study.

The study, which looked at data from 2019 to 2021, found that four countries need \$200bn a year in climate finance by 2035, five times what they are currently getting.

The study also found that five times what they are currently getting, according to a new study.

Barbados PM says US could reap benefit of tackling climate

Barbados PM says US could reap benefit of tackling climate

Barbados Prime Minister Mia Mottley has said that the United States could reap the benefits of tackling climate change.

Mottley said that the United States could reap the benefits of tackling climate change.

I was so hot! Weather that ended a longed-for pregnancy

I was so hot! Weather that ended a longed-for pregnancy

A woman who had been hoping for a long time to get pregnant has said that the weather was the reason she was unable to do so.

The woman, who is now 35, said that she had been hoping for a long time to get pregnant.

Figura 196 — Spread da seção “News” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).



Figura 197 — Spread da seção “Eyewitness” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).



Figura 198 — Spread da seção “World” da edição de 14 de novembro de 2024. (Fonte: VK, 2024).

Como suportes impressos, o jornal The Guardian possui apenas o jornal e os seus suplementos. Quanto aos suportes digitais, o jornal The Guardian dispõe de um *website desktop* e móvel e está presente no Facebook, Instagram e Youtube (The Guardian, 2025).

Ao analisar o *website* do jornal The Guardian, verifica-se que este é bastante coerente com a versão impressa, cujo logótipo ocupa o topo da página, e as seções podem ser facilmente acedidas, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. A partir da página inicial, é possível subscrever a edição impressa do jornal (Figura 199).

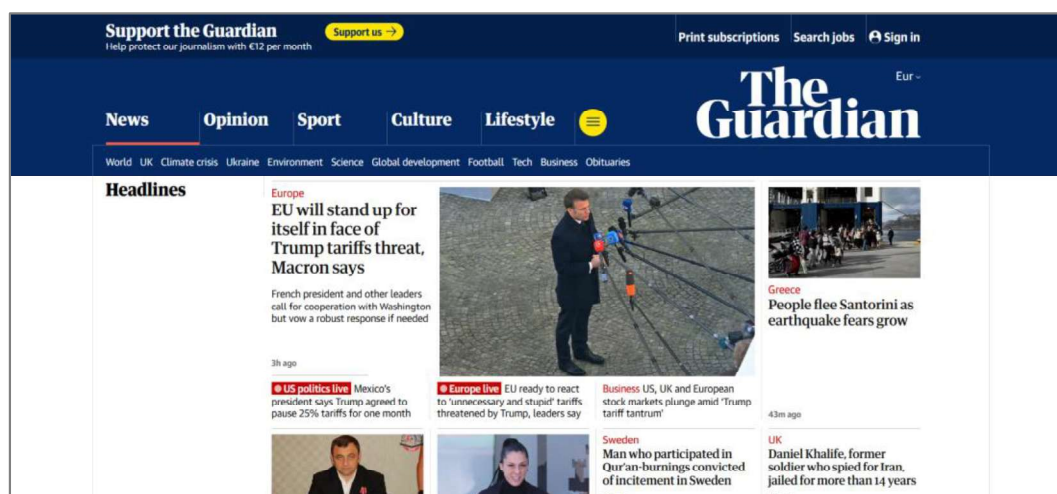


Figura 199 — Página inicial do *website* do jornal The Guardian. (Fonte: The Guardian, 2025).

Quanto ao Instagram, Facebook, X e Youtube, verifica-se que estes são atualizados regularmente, e que todos seguem a mesma linha gráfica do projeto gráfico do jornal The Guardian (Figuras 200 a 202).

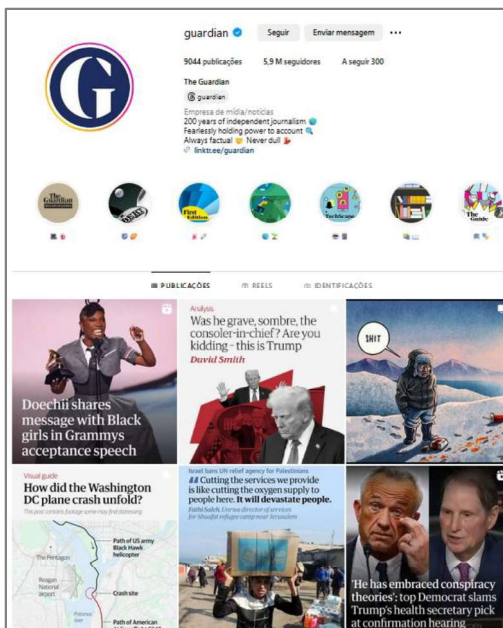


Figura 200 — Instagram do jornal The Guardian. (Fonte: Instagram, 2025).

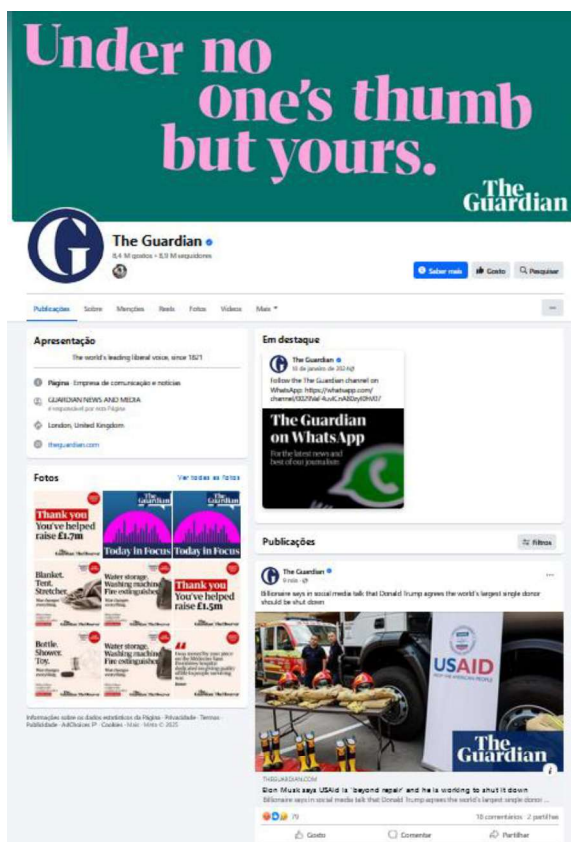


Figura 201 — Facebook do jornal The Guardian. (Fonte: Facebook, 2025).

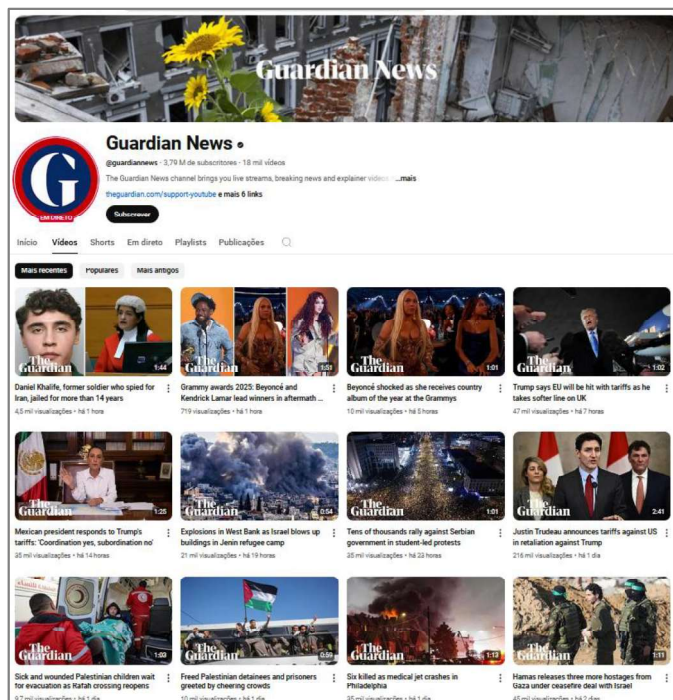


Figura 202 — Youtube do jornal The Guardian. (Fonte: Youtube, 2025).

3.4.5 Libération

O jornal Libération foi fundado em 1973 por Jean-Paul Sartre (Euro Topics, 2025). Com uma periodicidade diária, apresenta notícias da atualidade francesa e internacional, principalmente nas seções de Política, Internacional, Ideias e Debates, Culture, CheckNews, Sociedade, Inquéritos, Ambiente, Economia, Estilo de Vida, Testemunhos, Sentir-se-á melhor quando o ler e Retratos.

Além disso, o jornal tem como suplementos o Le P'tit Libé, destinado ao público mais jovem.



Figura 203 — Marca gráfica do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025).

A marca gráfica do jornal Libération (Figura 203) é constituída pelo logótipo com um *tracking* bastante diminuído, sobreposto a um losango vermelho, que é a cor principal do jornal, em que a palavra Libération está representada a branco com uma sombra preta, de forma a ser realçada na figura geométrica. A nível de tipografia, tanto a marca gráfica como os títulos utilizam tipos de letra condensados.

Ainda, verifica-se que os títulos utilizam uma fonte condensada, enquanto o corpo de texto utiliza uma fonte serifada.

Ao analisar as cores na primeira página, verifica-se que dentro das imagens o título poderá ser representado a amarelo e branco ou vermelho e preto. As demais notícias são representadas a *bold* com as mesmas cores, consoante o fundo. Ao longo do projeto gráfico, verifica-se que o friso das seções utiliza uma cor impactante, tendo a título de exemplo a seção “Monde” com o vermelho e a seção “Culture” a azul. Outras informações poderão ser apresentadas a azul-escuro ou amarelo.

Quanto à primeira página do jornal Libération, é possível observar a notícia principal de cada edição, destacada através do uso de imagética. É possível encontrar também a marca gráfica do jornal. Em algumas edições, são incluídas as notícias secundárias compostas em corpo de texto relativamente menor (Figura 204).



Figura 204 — Primeiras páginas do jornal Libération nas edições de janeiro e fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).

Quanto às chamadas de capa, verifica-se que a notícia principal, juntamente com imagética, ocupam maioritariamente toda a página, enquanto as duas notícias menos importantes ocuparão relativamente pouco espaço no *layout*. Assim, é possível obter uma hierarquia visual coerente, que capta facilmente a atenção do leitor para o que é mais importante observar.

Nas funções do texto utilizadas no projeto gráfico do jornal Libération, verifica-se que as suas páginas utilizam a maioria das funções, exceto o subtítulo, *lead* e legendas, que não são obrigatórias, sendo que as páginas 12 e 13 da edição de 3 de fevereiro de 2025 são as que apresentam o maior número de funções (Figura 205), onde é possível verificar ainda a existência da escala tipográfica. O jornal Libération recorre, também, ao uso de texto justificado no seu corpo de texto sempre que possível à hifenização, de forma a manter todo o texto uniforme.

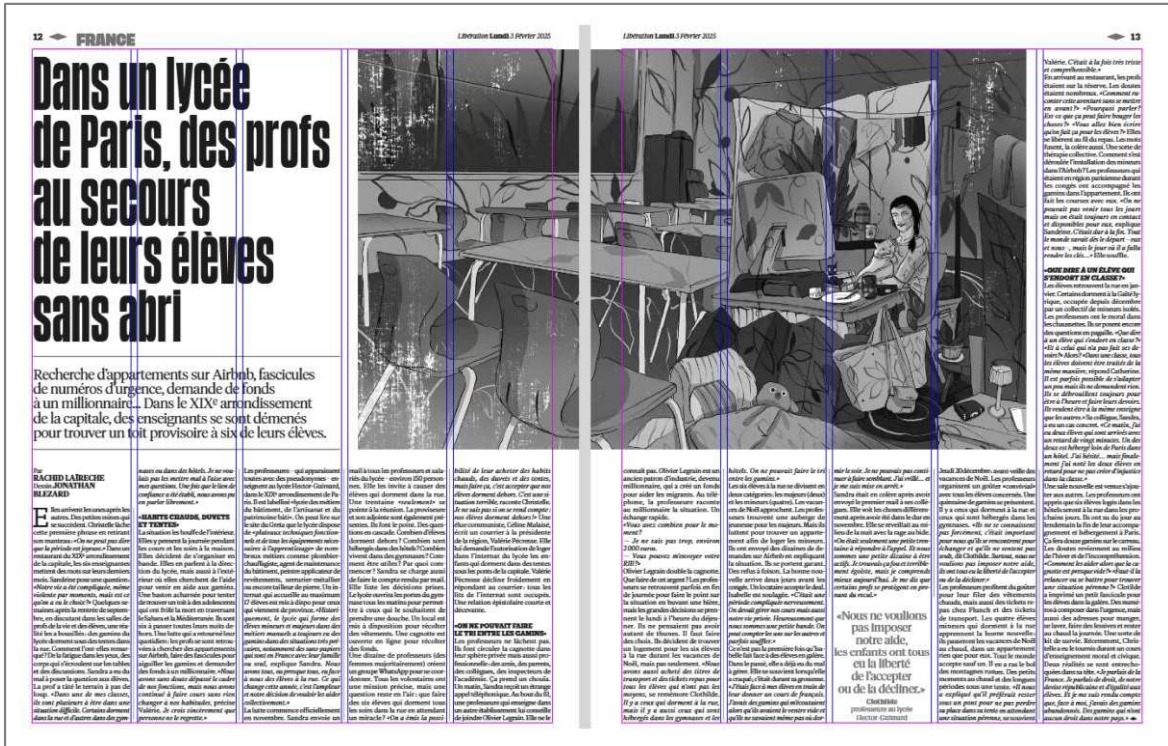


Figura 206 — Sistema de grelha do jornal Libération no spread das páginas 12 e 13 da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).

No que toca ao grafismo do jornal Libération, este é caracterizado pelo uso de um triângulo vermelho no topo de todas as páginas, bem como o uso de traços a vermelho de forma a marcar o que é mais importante numa determinada notícia. O símbolo “«” é representado a laranja e utilizado em apenas uma notícia.

Quanto à estrutura editorial do projeto gráfico do jornal Libération, verifica-se que este jornal está organizado por seções. Assim, o jornal encontra-se dividido pela primeira página, que é o primeiro elemento do projeto gráfico observado pelo leitor; as seções de artigos, divididas por “Evento”, “Mundo”, “França”, “Expresso”, “Ambiente”, “Ideias” e “Cultura” (Figuras 207, 208, 209 e 210).

A primeira página de cada seção poderá ocupar o cabeçalho de uma determinada página ou ser apresentada lateralmente a negro. Já as seções finais encontram-se no meio do jornal, agrupadas pelas seções “Classificados”, “Ficha técnica” e “Jogos”.

ÉDITORIAL
PAR PHILIPPE QUENO

Torpeur

Une bien étrange ambiance... Un long dimanche qui ne se soude pas... Une soirée de cabaret avec la troupe? Pas de ça, alors que le Premier ministre, François Bayrou, a annoncé dans le cadre de la 17^{ème} édition du budget que l'État va consacrer 40,3 milliards pour valider le budget adopté en fin de semaine en commission mixte paritaire, et donc que son gouvernement sera mercredi à la merci d'un mot de censure. Et l'achèvement de constater la torpeur du Land parlementaire. Torpeur que le passé dominicain ne soit plus à l'agenda.



Financement de la Sécurité sociale: l'autre texte critique

Prévoient notamment une déconsolidation partielle des retraites, le projet de loi finant la Sécurité sociale avait proposé la chute de Michel Barnier. Car le gouvernement pense en avoir fait passer, pour éviter de valider les socialistes.

BAYROU ET LE BUDGET Ça lasse ou ça casse

Sans surprise, le Premier ministre éternel ce lundi son premier 49,3 sur les textes budgétaires pour 2025. Arguant de la fatigue des Français face à l'instabilité politique, le gouvernement espère surtout convaincre le PS de ne pas se rallier à la censure.

Après un mois et demi à Matignon, et après l'annonce de son départ, le gouvernement d'Édouard Philippe a tenté de régler ses comptes. Ce lundi 3 février, le Premier ministre a présenté à la tribune de l'Assemblée nationale son projet de loi de finances (PLF) pour 2025. Un texte de 120 pages, qui vise à réviser le budget de l'État pour 2025. Le projet de loi de finances est le premier texte de loi que le gouvernement doit voter en conseil des ministres. C'est un texte de loi qui vise à réviser le budget de l'État pour 2025. Le projet de loi de finances est le premier texte de loi que le gouvernement doit voter en conseil des ministres. C'est un texte de loi qui vise à réviser le budget de l'État pour 2025.

Figura 207 — Spread da seção “Evento” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).

En Alsace, qui veut vraiment le peau du cerf ?



Francis Dreyer, vice-président de l'association écologiste Alsace Nature, à Lapoutiève le 27 janvier.

Dans le Haut-Rhin, les chasseurs n'ont volontairement pas atteint le quota de 2 000 cervidés à tuer, assurant que l'herbivore est en danger. Des écologistes plaident, eux, pour une régulation plus efficace de l'espèce, qui empêche la régénération des forêts.



Denis van der Laan de chasse de Mitlach, communique en bordure du massif du Vosges.

La chasse de cerf en Alsace est en crise. Les chasseurs ont volontairement pas atteint le quota de 2 000 cervidés à tuer, assurant que l'herbivore est en danger. Des écologistes plaident, eux, pour une régulation plus efficace de l'espèce, qui empêche la régénération des forêts.



Denis van der Laan de chasse de Mitlach, communique en bordure du massif du Vosges.

La chasse de cerf en Alsace est en crise. Les chasseurs ont volontairement pas atteint le quota de 2 000 cervidés à tuer, assurant que l'herbivore est en danger. Des écologistes plaident, eux, pour une régulation plus efficace de l'espèce, qui empêche la régénération des forêts.



Denis van der Laan de chasse de Mitlach, communique en bordure du massif du Vosges.

La chasse de cerf en Alsace est en crise. Les chasseurs ont volontairement pas atteint le quota de 2 000 cervidés à tuer, assurant que l'herbivore est en danger. Des écologistes plaident, eux, pour une régulation plus efficace de l'espèce, qui empêche la régénération des forêts.

Figura 208 — Spread da seção “Ambiente” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).



Figura 209 — Spread da seção “Idéias” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).



Figura 210 — Spread da seção “Culture” da edição de 3 de fevereiro de 2025. (Fonte: Libération, 2025).

Como suportes impressos, o jornal Libération recorre apenas ao jornal e seus suplementos. Quanto aos suportes digitais, o jornal Libération dispõe de um *website desktop* e móvel e está presente no Facebook, Instagram e Youtube (Libération, 2025).

Ao analisar o *website* do jornal Libération, verifica-se que a linha gráfica é semelhante à apresentada na versão impressa, cuja marca gráfica ocupa o topo da página, além de que as seções do jornal podem ser facilmente acedidas através do *website*, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. A partir da página inicial, é possível aceder também à edição diária e anteriores do jornal Libération (Figuras 211 e 212).



Figura 211 — Página inicial do *website* do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025).

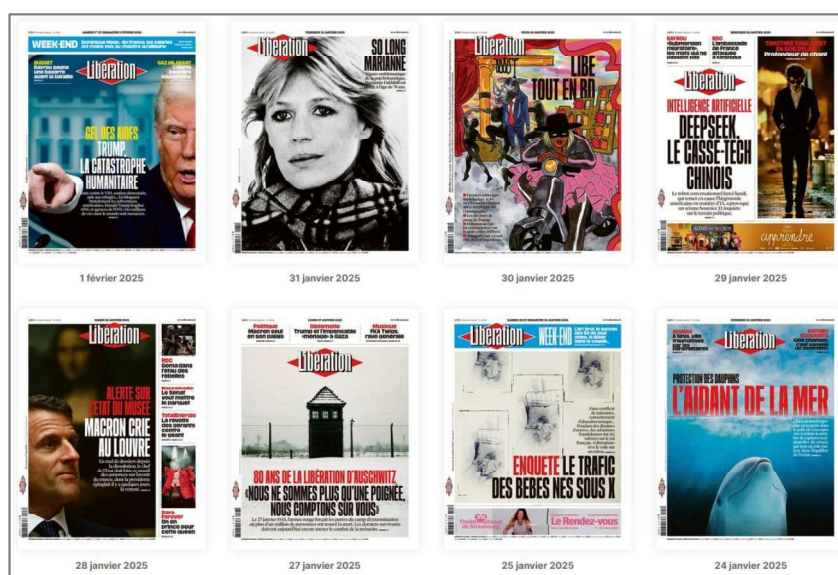


Figura 212 — Página “Edição impressa” do *website* do jornal Libération. (Fonte: Libération, 2025).

Quanto ao Instagram, Facebook e Youtube, verifica-se que, tal como nos jornais analisados anteriormente, estes suportes também são atualizados regularmente, em que todos seguem a mesma linha gráfica do projeto gráfico do jornal Libération (Figuras 213, 214 e 215).

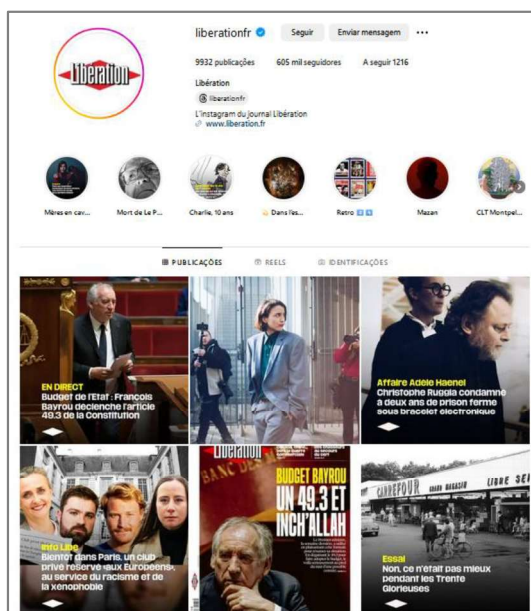


Figura 213 — Instagram do jornal Libération. (Fonte: Instagram, 2025).

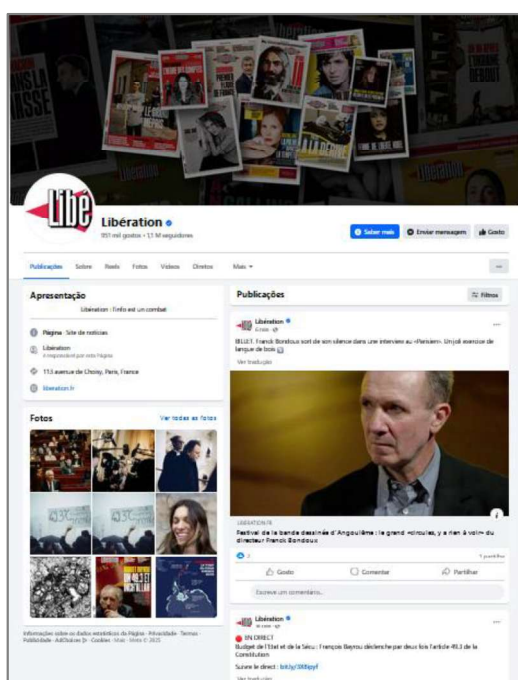


Figura 214 — Facebook do jornal Libération. (Fonte: Facebook, 2025).

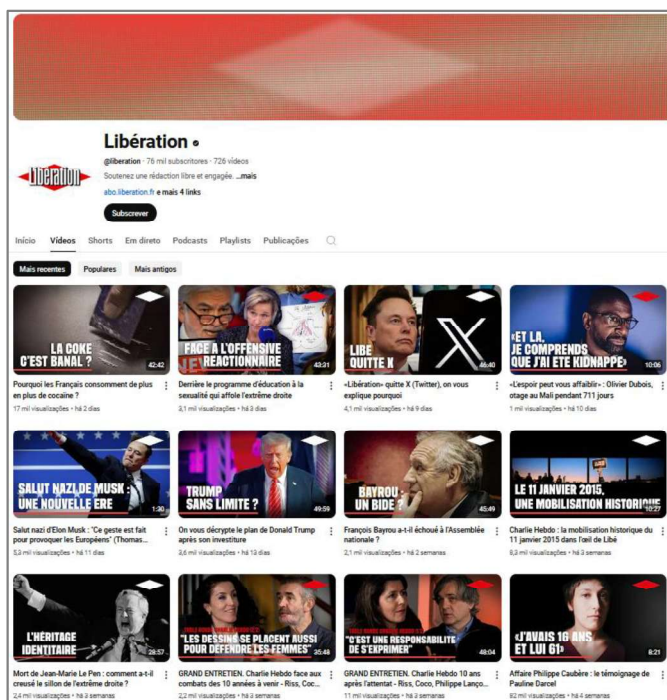












Figura 215 — Youtube do jornal Libération. (Fonte: Youtube, 2025).

3.4.6 Síntese do capítulo

Após a análise dos casos, foi realizada uma tabela comparativa dos cinco casos analisados (Tabela 1): Público, Jornal de Leiria, Jornal do Fundão, The Guardian e Libération.

Tabela 1 — Comparação dos casos analisados. (Fonte: Autora, 2025).

Nome	Logótipo	Cores	Funções do texto	Sistema de grelha	Tipografia	Grafismo	Impresso	Digital
Público			Todas, exceto o <i>lead</i> e citação	Cinco colunas	Publico Giorgio Sans Graphic Popular	Uso de ícones em determinadas seções	Jornal Suplemento	Website Facebook X Instagram LinkedIn Youtube
Jornal de Leiria			Todas, exceto o subtítulo, linha-fina, capitulares, citação e legendas	Cinco colunas	Guardian Egyptian	Uso de retângulos ao longo da notícia	Jornal Suplemento	Website Facebook X Youtube LinkedIn Instagram
Jornal do Fundão			Todas, exceto o <i>lead</i> , entretítulo, fôlio, citação e olho	Cinco colunas	Script (logo) Serifada (títulos e subtítulos) Sem serifa (texto e cabeçalho)	Uso de ícone de carta e traço no fim da notícia	Jornal	Website Facebook Instagram Youtube
The Guardian			Todas, exceto o subtítulo, linha-fina, <i>lead</i> , fôlio, capitulares e entretítulo	Cinco colunas	Guardian Titlepiece	Um a três pontos a cinzento no topo da página, triângulos perto das figuras, citação com balão de diálogo	Jornal Suplemento	Website Facebook Instagram Youtube
Libération			Todas, exceto o subtítulo, <i>lead</i> e legendas	Cinco colunas	Condensada (títulos) Serifada (corpo de texto)	Uso de um triângulo vermelho no topo das páginas, traços a vermelho para destaque, símbolo "<<"	Jornal Suplemento	Website Facebook Instagram Youtube

Quanto à publicação impressa, verifica-se que a maioria dos jornais recorre ao jornal e suplementos, exceto o Jornal do Fundão. No meio digital, todos possuem um *website* e estão no Facebook, Instagram e Youtube. Apenas o Público e o Jornal de Leiria estão na rede social X e LinkedIn.

No que concerne à marca gráfica dos jornais, verifica-se que o Público e o Jornal de Leiria são compostos pelas letras iniciais, com o nome completo por baixo, enquanto o Jornal do Fundão, The Guardian e Libération apresentam apenas o nome completo no seu logótipo. O Jornal de Leiria apresenta uma caixa de texto azul, enquanto o jornal Libération apresenta um losango vermelho que funciona como caixa de texto. Todas apresentam um *tracking* reduzido.

No que toca à cor, verifica-se que todos os jornais apresentam uma cor principal, bem como outras cores utilizadas para as seções e diferentes funções do texto.

Quanto à primeira página dos jornais, verifica-se em todos a notícia principal é destacada pelo tamanho da imágética que ocupa a posição central do *layout*, em que o cabeçalho é geralmente acompanhado do logótipo do jornal. As notícias

secundárias encontram-se sempre com tamanho bastante reduzido, de forma a não se sobreponem à importância da notícia principal.

Nas funções dos textos utilizadas nos jornais, verifica-se que estes utilizam a maioria das funções, sendo a menos utilizada a *lead*.

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que todos os jornais utilizam, maioritariamente, uma grelha com cinco colunas que apresentam todas a mesma largura.

A nível de tipografia, observa-se que os jornais utilizam no máximo quatro fontes. Nos títulos são utilizadas fontes serifadas e não serifadas, enquanto no corpo de texto utilizam-se fontes serifadas, de maneira a facilitar a leitura.

No que toca ao grafismo, este é composto por ícones pertencentes a cada publicação e que variam de acordo com a seção que o leitor está a ler, de forma a criar um destaque visual.

Quanto à estrutura editorial, é possível observar que todos os jornais se encontram bem estruturados, devido ao facto de apresentarem seções identificadas por cores diferentes.

3.5 Redesign do jornal Ensino Magazine

Após a realização de estudos de casos, deu-se início ao *redesign* do Ensino Magazine, que considera as fases de pesquisa, análise e diagnóstico e desenvolvimento projetual.

3.5.1 Pesquisa

Antes de se proceder ao desenvolvimento projetual, foi necessário realizar pesquisas acerca do jornal Ensino Magazine, nomeadamente a contextualização do jornal, missão, visão, valores, análise da identidade visual atual e projeto gráfico (sistema de grelha, funções do texto, estrutura editorial, imagética) e suportes de comunicação impressos e digitais.

3.5.1.1 Contextualização

O jornal Ensino Magazine foi fundado em 1998 por João Carrega, “*João Ruivo (diretor fundador), Vítor Tomé (editor) e Rui Rodrigues (editor gráfico)*” (Reconquista, 2023, para. 2).

Com uma periodicidade mensal e distribuído gratuitamente, apresenta notícias acerca de educação, cultura e juventude, principalmente nas seções de Editorial, 1.^a Coluna, Entrevista, Atualidade Universidade, Politécnico, Associações, Escola, Curtas & Diretas, Lusofonia, Santander Universidades, Opinião, Cultura, Propostas, Unesco, Motor, Última e Estatuto Editorial (Ensino Magazine, s.d.).

Segundo o diretor do Ensino Magazine, João Carrega, este jornal é “*a principal publicação editada em Portugal, dedicada à educação, cultura e juventude, e que tem a sua distribuição em Portugal, Espanha (zona raiana), Países Africanos de Língua Portuguesa e Macau*” (Reconquista, 2023, para. 1). As notícias do Ensino Magazine são obtidas através dos jornalistas que ali exercem funções, bem como diversos colaboradores presentes em todo o território nacional e até mesmo em território internacional.

Além disso, o jornal tem como suplementos o Ensino Magazine Jovem e de outras universidades. O suplemento do Ensino Magazine Jovem é publicado mensalmente com o jornal, e engloba as seções Entrevista, Atualidade, Top, Cinema, Game, Gadgets e Magazine Gamer. Este jornal também atribui bolsas de mérito, bem como a participação em feiras como a Futurália e a Lisboa Games Week.

O Ensino Magazine dispõe também de uma *newsletter*, enviada aos docentes, reitores, não-docentes, alunos das diversas universidades nacionais e internacionais e participantes de passatempos. No entanto, qualquer pessoa poderá subscrever a *newsletter* do Ensino Magazine, através do seu *website*.

3.5.1.2 Missão, visão e valores

A missão do jornal é informar com rigor os leitores do jornal e ligar, através da informação, as academias entre si e com a sociedade. A visão do Ensino Magazine é criar uma comunidade informativa através do Ensino Magazine, que una as instituições de ensino portuguesas e estrangeiras (João Carrega, comunicação pessoal, 5 de março de 2025). Os valores do Ensino Magazine são a inclusão, rigor e democraticidade da informação, sendo também “*independente dos poderes políticos, religiosos e institucionais*” (Ensino Magazine, s.d., para. 3).

3.5.1.3 Análise da identidade visual atual e projeto gráfico

A marca gráfica do jornal Ensino Magazine é constituída por símbolo e logótipo (Figura 216). Utilizada desde a criação do jornal, verifica-se que o maior destaque pertence a Magazine em vez de Ensino, pois a palavra Magazine encontra-se em grande plano e representada a amarelo, enquanto a palavra Ensino está localizada dentro de um balão de diálogo, encaixado dentro da palavra Magazine e colorido a azul, que é a cor principal utilizada no jornal. As letras M e E no início e fim da palavra Magazine encontram-se em destaque. O logótipo foi composto com recurso a *lettering*, criado por Rui Salgueiro (Ensino Magazine, s.d.).



Figura 216 — Marca gráfica do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

Quanto aos tipos de letra utilizados no projeto gráfico do jornal Ensino Magazine, existem diversos. Para as diversas funções de texto, como nos títulos, subtítulos e corpo de texto, é utilizada a família tipográfica Delicious nas variantes Bold, Bold Italic, Italic e Roman. Já no rodapé é utilizada a fonte OCR-A BT, enquanto para grafismos no início e fim dos parágrafos, são utilizadas as fontes tipográficas IconBitOne, IconBitTwo, CD-Icons e Cellpic. Para o título do suplemento Ensino Magazine Jovem é utilizada a fonte Bebas Kai Regular, enquanto a fonte OCRB10PITCHBT Regular é utilizada nos diversos títulos de seção do jornal (Figuras 217 a 224).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 217 — Fonte tipográfica Delicious (Roman). (Fonte: Autora, 2025).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 218 — Fonte tipográfica OCR-A BT (Roman). (Fonte: Autora, 2025).



Figura 219 — Fonte tipográfica IconBitOne. (Fonte: Autora, 2025).

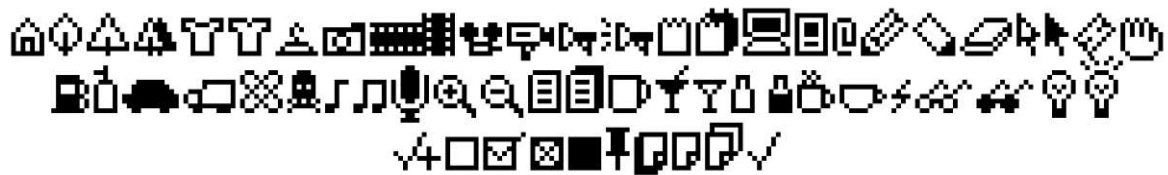


Figura 220 — Fonte tipográfica IconBitTwo. (Fonte: Autora, 2025).

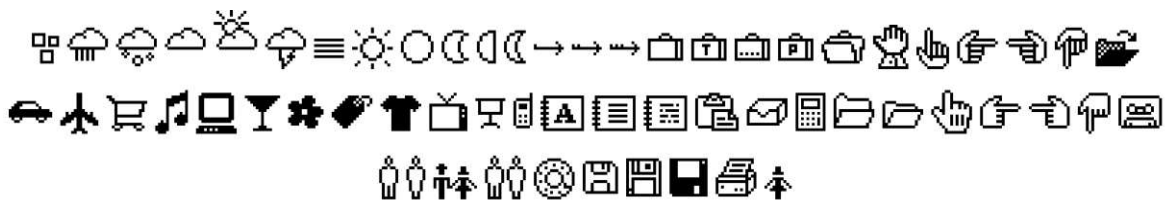


Figura 221 — Fonte tipográfica CD-Icons. (Fonte: Autora, 2025).

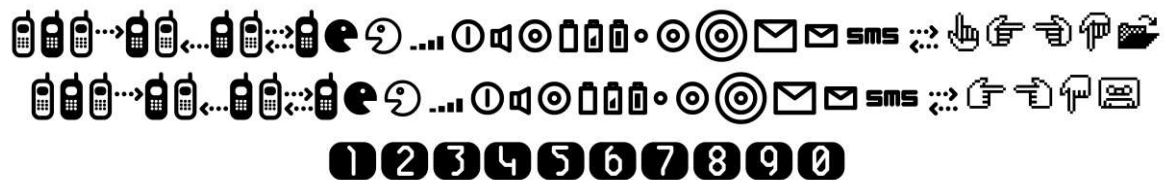


Figura 222 — Fonte tipográfica Cellpic. (Fonte: Autora, 2025).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Figura 223 — Fonte tipográfica Bebas Kai (Regular). (Fonte: Autora, 2025).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 224 — Fonte tipográfica OCRB10PITCHBT. (Fonte: Autora, 2025).

No que toca à cor, o projeto gráfico do Ensino Magazine utiliza as cores azul, que simboliza a “*segurança e estabilidade*” (Serra, 2012) e amarelo, bem como o vermelho nos antetítulos. Além disso, é também utilizado o preto nos antetítulos, o branco para o cabeçalho e títulos da primeira página do Ensino Magazine Jovem, o cinzento para títulos de seção e rodapé e verde e laranja para algumas caixas de texto na primeira página.

Quanto à primeira página do jornal Ensino Magazine, por vezes é difícil compreender qual é a notícia principal, devido ao facto de que por vezes existem duas fotografias que ocupam o mesmo tamanho, bem como a coluna esquerda ser demasiado extensa comparando com as colunas apresentadas no lado direito. Já no suplemento do Ensino Magazine Jovem, a notícia principal ocupa toda a página, e as notícias secundárias encontram-se na parte inferior da primeira página, embora as notícias apresentadas pareçam uma continuação da principal. A marca gráfica do suplemento apresenta uma cor variável a cada edição (Figuras 225 e 226).

No que toca ao cabeçalho, este encontra-se sempre no topo da página, e inclui a marca gráfica, a primeira página do suplemento e a ficha técnica.

Quanto às chamadas de capa, no projeto constata-se dificuldade em localizá-las, devido ao facto de existir uma hierarquia visual confusa.



Figura 225 — Primeiras páginas do jornal Ensino Magazine nas edições de agosto de 2024 a janeiro de 2025. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).



Figura 226 — Primeiras páginas do suplemento Ensino Magazine Jovem das edições de agosto de 2024 a janeiro de 2025. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

3.5.1.4 Sistema de grelha

No que concerne ao sistema de grelha, verifica-se que o projeto gráfico do jornal Ensino Magazine utiliza uma grelha com quatro ou cinco colunas, consoante a seção, com colunas com a mesma largura. Na figura 227, a área tipográfica encontra-se delimitada a magenta, enquanto as colunas encontram-se delimitadas a roxo.



Figura 227 — Sistema de grelha do jornal Ensino Magazine no *spread* das páginas 4 e 5 da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

3.5.1.5 Layout

Ao analisar as diversas edições do Ensino Magazine, verifica-se que todas as páginas com seções utilizam *layouts* distintos que as permitem distinguir das demais seções (Figuras 228 a 236).

Quanto à seção “Publicidade”, esta aparece sempre após a primeira página em página ímpar e na última página do jornal, a ocupar toda a página. Outras publicidades, embora em tamanho menor, aparecem de forma aleatória em outras páginas, de forma a preencher espaços vazios e para criar uma mancha visual entre as notícias. No que toca à seção “Entrevista”, esta aparece duas vezes no jornal – uma no início do projeto gráfico e outra no suplemento – que se estende por duas páginas ao longo de quatro colunas em vez das habituais cinco. Quando presente, a seção “Reportagem” ocupa quatro colunas e ocupa toda a página.

Já a seção “Curtas & Diretas” pode ocupar até duas colunas e apresenta um título bastante menor ao comparado com outras seções. Quanto às seções “Universidade”, “Politécnico” e “Santander Universidades”, estas ocupam toda a página, cujas notícias estão separadas por divisores e podem estar localizadas em duas ou três colunas, consoante o tipo de página em que se encontram. No que toca à seção “Opinião”, esta consiste em uma ou duas notícias, que se estendem por cinco colunas e apresentam a fotografia do autor.

No que toca à seção “Cultura”, é composta por apenas duas colunas, em que até duas notícias são compostas em duas colunas, e as duas colunas restantes são ocupadas por críticas de livros. A seção “Propostas” utiliza também quatro colunas, em que as duas notícias apresentadas ocupam cada uma, meia página. Para as seções “Unesco” e “Motor”, ambas ocupam também meia página cada uma, embora em cinco colunas.

Para concluir, nas versões impressas que podem ser encontradas no *website* do Ensino Magazine, estas apresentam todas as páginas a cores, enquanto na versão impressa, todo o miolo encontra-se a preto e branco, exceto as duas páginas iniciais e finais e o suplemento do Ensino Magazine Jovem.



Figura 228 — Páginas 2 e 3 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

ENTREVISTA
Dois candidatos a reitor

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CHINESE APROVA UBI forma 1200 engenheiros chineses

Figura 229 — Páginas 4 e 5 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

POLITÉCNICO DE SETÚBAL
Campus Aberto junta mais de 600

CONFERÊNCIA EM SETÚBAL

PROJETO SIPAS em missão na Índia

RH NA INVESTIGAÇÃO
IPV recebe selo de excelência

POLITÉCNICO DE VISEU
Docente no top mundial

SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIA
Green Week em Viseu

DESIGN E MULTIMÍDIA
Bernardo vence prémio de Artes

ENSINO STEM
IPV na Feira de Sãto

DO IPV VÊ-SE O MUNDO!

Figura 230 — Páginas 16 e 17 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

POLITÉCNICO

POLITÉCNICO DE PORTALEGRE LANÇA PROJETO NO HOSPITAL

Estudantes criam design para teto das urgências

É a sala de espera de urgência do Hospital de Portalegre que vai receber o novo design de teto. O projeto, desenvolvido por estudantes do curso de Design de Interiores do Politécnico de Portalegre, foi lançado no Hospital de Urgências de Portalegre, onde os estudantes vão trabalhar no projeto de design de interiores.

Para uma hospitalidade mais humana, com um design de interiores que seja funcional e agradável, os estudantes do Politécnico de Portalegre desenvolveram um projeto de design de interiores para o teto das urgências do Hospital de Urgências de Portalegre. O projeto, desenvolvido por estudantes do curso de Design de Interiores, foi lançado no Hospital de Urgências de Portalegre, onde os estudantes vão trabalhar no projeto de design de interiores.

Os estudantes do Politécnico de Portalegre desenvolveram um projeto de design de interiores para o teto das urgências do Hospital de Urgências de Portalegre. O projeto, desenvolvido por estudantes do curso de Design de Interiores, foi lançado no Hospital de Urgências de Portalegre, onde os estudantes vão trabalhar no projeto de design de interiores.

FUNDAÇÃO SANTANDER FAZ BALANÇO

304 mil portugueses beneficiados

A Fundação Santander fez o balanço do seu trabalho em Portugal em 2024. O balanço foi divulgado no dia 26 de maio, em Lisboa, e mostra que 304 mil portugueses foram beneficiados pelo trabalho da Fundação.

Em 2024, a Fundação Santander realizou um total de 10.000 intervenções em Portugal, beneficiando 304 mil portugueses. O trabalho da Fundação foi desenvolvido em áreas como educação, saúde, cultura e desenvolvimento sustentável.

Os resultados do trabalho da Fundação Santander em Portugal em 2024 foram divulgados no dia 26 de maio, em Lisboa. O balanço mostra que a Fundação realizou um total de 10.000 intervenções, beneficiando 304 mil portugueses.

IMPRESSÃO DIGITAL

Cartões de visita
Papel Timbrado
Envelopes
Rótulos
Autocolantes
Desdobráveis
Flyers
Cartazes
Catálogos

QUALIDADE E RAPIDEZA DE ENTREGA

Av. do Brasil n.º 4 r/c - Castelo Branco

Tel: 272 324 645 | Telm: 965 315 233

EMAIL: rvj@rvj.pt

Figura 231 — Páginas 26 e 27 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

CRÓNICA DE SALAMANCA

La universidad ante el genocidio de Palestina

La universidad ante el genocidio de Palestina. Este artículo analiza el papel de las universidades en la respuesta al conflicto de Gaza y el genocidio en curso. Se discute la responsabilidad de las instituciones académicas y el papel de los estudiantes en la defensa de los derechos humanos.

Este artículo analiza el papel de las universidades en la respuesta al conflicto de Gaza y el genocidio en curso. Se discute la responsabilidad de las instituciones académicas y el papel de los estudiantes en la defensa de los derechos humanos.

EDITORIAL

Sobre a escassa autonomia das escolas

Sobre a escassa autonomia das escolas. Este editorial discute a importância da autonomia das escolas para melhorar a qualidade da educação e a formação dos professores. Aborda os desafios enfrentados pelas escolas e as medidas necessárias para promover a autonomia.

Este editorial discute a importância da autonomia das escolas para melhorar a qualidade da educação e a formação dos professores. Aborda os desafios enfrentados pelas escolas e as medidas necessárias para promover a autonomia.

Figura 232 — Páginas 28 e 29 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

ESTUDANTE DO ISCP Codex XXV no Centro Nacional de Cultura

O 1.º ano do curso de Ciências da Terra, do Instituto Superior de Ciências do Ambiente e do Desenvolvimento (ISCP), participou no projeto de extensão social do Centro Nacional de Cultura (CNC) em Lisboa. Os alunos foram acompanhados por professores e técnicos do ISCP.

PROPOSTAS Livros & Leituras

As 100 melhores obras do século XXI (de John Granger, de 2019). Este livro é uma seleção de obras que representam o melhor da literatura mundial do século XXI. É uma obra essencial para quem quer conhecer a diversidade da literatura contemporânea.

SPQR (de Mary Beard, de 2019). Uma obra que oferece uma visão fascinante da Roma antiga, desde a fundação da cidade até ao declínio do Império Romano. É uma obra acessível e envolvente para quem quer aprender mais sobre a história da humanidade.

BOCAS DO GALINHEIRO Led Zeppelin - O Nascimento da Lenda

Um livro que conta a história dos quatro membros do grupo Led Zeppelin, desde o início da sua carreira até ao seu fim. É uma obra fascinante para quem quer conhecer a história da música rock e a lenda dos Zeppelin.

PROPOSTAS Livros & Leituras

As 100 melhores obras do século XXI (de John Granger, de 2019). Este livro é uma seleção de obras que representam o melhor da literatura mundial do século XXI. É uma obra essencial para quem quer conhecer a diversidade da literatura contemporânea.

SPQR (de Mary Beard, de 2019). Uma obra que oferece uma visão fascinante da Roma antiga, desde a fundação da cidade até ao declínio do Império Romano. É uma obra acessível e envolvente para quem quer aprender mais sobre a história da humanidade.

PROPOSTAS Livros & Leituras

As 100 melhores obras do século XXI (de John Granger, de 2019). Este livro é uma seleção de obras que representam o melhor da literatura mundial do século XXI. É uma obra essencial para quem quer conhecer a diversidade da literatura contemporânea.

SPQR (de Mary Beard, de 2019). Uma obra que oferece uma visão fascinante da Roma antiga, desde a fundação da cidade até ao declínio do Império Romano. É uma obra acessível e envolvente para quem quer aprender mais sobre a história da humanidade.

BOCAS DO GALINHEIRO Led Zeppelin - O Nascimento da Lenda

Um livro que conta a história dos quatro membros do grupo Led Zeppelin, desde o início da sua carreira até ao seu fim. É uma obra fascinante para quem quer conhecer a história da música rock e a lenda dos Zeppelin.

PROPOSTAS Livros & Leituras

As 100 melhores obras do século XXI (de John Granger, de 2019). Este livro é uma seleção de obras que representam o melhor da literatura mundial do século XXI. É uma obra essencial para quem quer conhecer a diversidade da literatura contemporânea.

SPQR (de Mary Beard, de 2019). Uma obra que oferece uma visão fascinante da Roma antiga, desde a fundação da cidade até ao declínio do Império Romano. É uma obra acessível e envolvente para quem quer aprender mais sobre a história da humanidade.

PROPOSTAS Livros & Leituras

As 100 melhores obras do século XXI (de John Granger, de 2019). Este livro é uma seleção de obras que representam o melhor da literatura mundial do século XXI. É uma obra essencial para quem quer conhecer a diversidade da literatura contemporânea.

SPQR (de Mary Beard, de 2019). Uma obra que oferece uma visão fascinante da Roma antiga, desde a fundação da cidade até ao declínio do Império Romano. É uma obra acessível e envolvente para quem quer aprender mais sobre a história da humanidade.

BOCAS DO GALINHEIRO Led Zeppelin - O Nascimento da Lenda

Um livro que conta a história dos quatro membros do grupo Led Zeppelin, desde o início da sua carreira até ao seu fim. É uma obra fascinante para quem quer conhecer a história da música rock e a lenda dos Zeppelin.

Figura 233 — Páginas 32 e 33 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

UNESCO Agrupamento de Escolas de Oliveira do Hospital

'Aprender a viver juntos'

O objetivo do projeto é promover a aprendizagem colaborativa e o desenvolvimento de competências essenciais para a vida. O projeto envolve todos os alunos e professores da escola, promovendo um ambiente de respeito e cooperação.

MOTOR AS ESCOLHAS DE WALTER LEMOS Honda Gb 350 - Roadster Clássica

A Honda é a melhor escolha para quem procura uma moto clássica, potente e confiável. A Honda Gb 350 é uma opção ideal para quem quer desfrutar da liberdade da estrada.

PORTALEGRE POLITÉCNICO DE PORTALEGRE

uma experiência para a vida

Oferecemos uma ampla gama de cursos superiores e técnicos, preparando os alunos para o mercado de trabalho. A nossa missão é proporcionar uma educação de qualidade e promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos nossos alunos.

Figura 234 — Páginas 34 e 35 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

ENTREVISTA

Alfabetos, famílias, com a participação de um número de especialistas em desenvolvimento e leitura, para pensar sobre a importância da alfabetização em uma sociedade digital e a importância da alfabetização em uma sociedade digital.

De que modo se dá a alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

De acordo com o professor, a alfabetização de uma criança nos dias de hoje é um processo que envolve a interação entre o professor e o aluno. O professor atua como um mediador, ajudando o aluno a compreender o mundo ao seu redor através da leitura e da escrita.

Como se dá a alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

A alfabetização de uma criança nos dias de hoje é um processo que envolve a interação entre o professor e o aluno. O professor atua como um mediador, ajudando o aluno a compreender o mundo ao seu redor através da leitura e da escrita.

Qual o papel do professor na alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

O papel do professor na alfabetização de uma criança nos dias de hoje é de mediador. Ele atua como um guia, ajudando o aluno a compreender o mundo ao seu redor através da leitura e da escrita.

Qual o papel da família na alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

O papel da família na alfabetização de uma criança nos dias de hoje é de apoio. Os pais devem criar um ambiente propício para a leitura e a escrita, incentivando o filho a ler e escrever.

Qual o papel da escola na alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

O papel da escola na alfabetização de uma criança nos dias de hoje é de ensinar. A escola deve proporcionar um ambiente rico em livros e materiais de leitura, além de oferecer aulas de alfabetização que sejam atraentes e significativas para o aluno.

Qual o papel da tecnologia na alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

O papel da tecnologia na alfabetização de uma criança nos dias de hoje é de facilitar. A tecnologia pode ser usada para criar materiais de ensino mais atraentes e interativos, além de oferecer ferramentas que ajudem o professor a acompanhar o progresso de cada aluno.

Qual o papel do governo na alfabetização de uma criança nos dias de hoje?

O papel do governo na alfabetização de uma criança nos dias de hoje é de garantir. O governo deve garantir que todos os alunos tenham acesso à educação de qualidade, incluindo a alfabetização.

REPORTAGEM

O desafio da parentalidade digital para pais e filhos

Quando o mundo virtual entra nas famílias, pais e filhos enfrentam desafios para lidar com o uso excessivo de dispositivos digitais e a exposição a conteúdos inadequados.

A parentalidade digital é um desafio para pais e filhos. Com o aumento do uso de dispositivos digitais, os pais precisam encontrar maneiras de garantir que seus filhos estejam seguros e saudáveis no mundo online. Isso envolve estabelecer regras de uso, monitorar o conteúdo que os filhos acessam e ensinar-lhes a lidar com situações de risco.

Como os pais podem ajudar seus filhos a lidar com o mundo digital?

Os pais podem ajudar seus filhos a lidar com o mundo digital estabelecendo regras de uso de dispositivos, monitorando o conteúdo que os filhos acessam e ensinando-os a lidar com situações de risco. Também é importante conversar com os filhos sobre a importância de manter suas informações pessoais seguras e de não compartilhar dados pessoais com desconhecidos.

Figura 235 — Páginas 4 e 5 da edição de abril de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

LUIS TRIGACHEIRO, CANTOR

A MÚSICA É TERAPÊUTICA E TEM UM EFEITO INCRÍVEL NAS PESSOAS

Antes de ser cantor, Luis Trigacheiro passou por um processo de descoberta de si mesmo. Ele descobriu que a música é uma ferramenta poderosa para lidar com as emoções e promover a saúde mental.

Como a música pode ser usada como uma ferramenta terapêutica?

A música pode ser usada como uma ferramenta terapêutica de várias maneiras. Ela pode ajudar a reduzir o estresse, melhorar o humor e promover a conexão emocional. Também pode ser usada para trabalhar questões de saúde mental, como ansiedade e depressão.

Qual o papel da música na vida das pessoas?

A música desempenha um papel importante na vida das pessoas. Ela pode nos ajudar a lidar com as emoções, melhorar o humor e promover a conexão emocional. Também pode ser usada como uma ferramenta terapêutica para lidar com questões de saúde mental.

PORTUGAL

- 1 Lucky and Storage
- 2 David Gómez
- 3 O Golpe de Sorte
- 4 O Próprio
- 5 O Próprio
- 6 O Próprio
- 7 O Próprio
- 8 O Próprio
- 9 O Próprio
- 10 O Próprio

PORTUGAL

- 1 O Próprio
- 2 O Próprio
- 3 O Próprio
- 4 O Próprio
- 5 O Próprio
- 6 O Próprio
- 7 O Próprio
- 8 O Próprio
- 9 O Próprio
- 10 O Próprio

PORTUGAL

- 1 O Próprio
- 2 O Próprio
- 3 O Próprio
- 4 O Próprio
- 5 O Próprio
- 6 O Próprio
- 7 O Próprio
- 8 O Próprio
- 9 O Próprio
- 10 O Próprio

PORTUGAL

- 1 O Próprio
- 2 O Próprio
- 3 O Próprio
- 4 O Próprio
- 5 O Próprio
- 6 O Próprio
- 7 O Próprio
- 8 O Próprio
- 9 O Próprio
- 10 O Próprio

PORTUGAL

- 1 O Próprio
- 2 O Próprio
- 3 O Próprio
- 4 O Próprio
- 5 O Próprio
- 6 O Próprio
- 7 O Próprio
- 8 O Próprio
- 9 O Próprio
- 10 O Próprio

Figura 236 — Páginas 38 e 39 da edição de maio de 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

187

3.5.1.6 Funções do texto

Quanto às funções do texto, o Ensino Magazine apenas utiliza o título, *lead*, corpo de texto, citação, legendas, fólios, marcadores e divisores de seção. As demais funções (Subtítulo, Linha-fina, Linha de créditos, Capitulares/Maiúsculas iniciais, Entretítulo e olho) não são utilizadas, mas também não são obrigatórias (Figura 237). É também possível verificar a existência da escala tipográfica e, tal como nos jornais analisados anteriormente. É utilizada hifenização, embora poucas vezes, o que faz com que o texto fique demasiado espaçado entre si.

The image shows two pages from the journal 'Ensino Magazine'. The left page features a main article titled 'Telemóveis na escola com proibição à vista' (Mobile phones in school with prohibition in sight). It includes a lead paragraph, a photograph of a man speaking, and several text blocks with labels: 'Título da seção', 'Antotítulo', 'Título', 'Lead', 'Corpo do texto', 'Imagem', 'Citação', and 'Divisor de seção'. The right page contains two articles: 'Desertuna sobe ao palco' (Desertuna rises to the stage) and 'Misericórdia assina com 21 universidades e politécnicos' (Misericórdia signs with 21 universities and polytechnics). This page also has labels for 'Título da seção', 'Imagem', 'Citação', and 'Divisor de seção'. At the bottom of both pages, there are 'Fólio' (Page) and 'Marcador' (Marker) labels.

Figura 237 — Funções do texto do jornal Ensino Magazine no *spread* das páginas 4 e 5 da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

3.5.1.7 Imagética

As imagens utilizadas na paginação do Ensino Magazine são captadas por colaboradores da RVJ Editores. A qualidade das imagens utilizadas é variável, pois são captadas tanto por telemóveis como por câmaras fotográficas. No entanto, estas imagens são, por vezes, repetidas na mesma seção.

3.5.1.8 Estrutura editorial

Quanto à estrutura editorial do projeto gráfico do jornal Ensino Magazine, o jornal encontra-se dividido por seções, começando pela primeira página; as seções de artigos, que começam sempre pela entrevista e estão divididas por “Escola”, “Universidade”, “Politécnico”, “Universidade Santander”, “Opinião”, “Propostas” e “Unesco” (Figuras 240 a 243).

No suplemento, a estrutura editorial é semelhante ao jornal principal, porém com um menor número de seções, sendo composto pela primeira página; e pelas seções de artigos, começando sempre pela entrevista e estão divididas por “Atualidade”, “Portugal Top 10 Singles”, “Portugal Top 10 Álbuns”, “Cinema”, “Game” e “Gadgets” (Figura 239). Ao contrário de outros jornais analisados, não existem seções finais, apenas publicidade, tanto no jornal como no suplemento.

Cada seção tanto do jornal como do suplemento apresentam um identificador no topo da página (Figuras 238 a 239).



Figura 238 — Identificadores de seção do jornal Ensino Magazine da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).



Figura 239 — Identificadores de seção do suplemento Ensino Magazine Jovem da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

ENTREVISTA

DANIELA MELO, CIENTISTA POLÍTICA E PROFESSORA DA UNIVERSIDADE DE BOSTON

'Trump só aceitará os resultados se eles lhe forem favoráveis'

Se ele não aceita os resultados, não há nada que o impeça de tentar ganhar de novo. E ele não aceita os resultados se eles lhe forem favoráveis. E ele não aceita os resultados se eles lhe forem favoráveis. E ele não aceita os resultados se eles lhe forem favoráveis.

... (text continues) ...



THE NEW BEDFORD LIBRARY

... (text continues) ...

IPBeja

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA

ONDE FAZEMOS A DIFERENÇA!



OFERTA FORMATIVA '24/'25

CURSOS TÉCNICOS SUPERIORES

... (text continues) ...

... (text continues) ...

ESCOLA

PARA JÁ É UMA RECOMENDAÇÃO DO GOVERNO

Telemóveis na escola com proibição à vista

... (text continues) ...

UNIVERSIDADE

MISERICÓRDIA ASSINA COM 21 UNIVERSIDADES E POLITÉCNICOS

... (text continues) ...

TEATRO DA COVILHÃ

Desertuna sobe ao palco

... (text continues) ...

PROJETO INTERNACIONAL T4GREEN

Educação em debate na Covilhã

... (text continues) ...

AGENDA 2025

'GATOS SELVAGENS'

... (text continues) ...

MIGRAÇÕES E DESAFIOS DA INTEGRAÇÃO

UBI e Iscte no Fundão

... (text continues) ...

Figura 240 — Spread da seção “Entrevista” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

Figura 241 — Spread da seção “Escola” e “Universidade” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).



Figura 242 — Spread da seção “Politécnico” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).



Figura 243 — Spread da seção “Opinião” da edição de setembro de 2024. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

3.5.1.9 Suportes de comunicação impressos

Como suportes impressos, o jornal Ensino Magazine recorre apenas ao jornal e ao seu suplemento, o Ensino Magazine Jovem.

Ambos são impressos na gráfica da Reconquista, localizada na zona industrial de Castelo Branco, e distribuídos mensalmente.

3.5.1.10 Suportes de comunicação digitais

Quanto aos suportes digitais, o jornal Ensino Magazine dispõe de um *website* e *Newsletter*, Facebook, X, Instagram e Youtube (Ensino Magazine, 2025).

Ao analisar o *website* do Ensino Magazine, verifica-se que este é um dos poucos suportes que está coerente com a versão impressa, cuja marca gráfica ocupa o topo da página, e as seções do jornal podem ser facilmente acedidas, bem como a existência de notícias principais, destacadas pelo seu tamanho. A partir da página inicial, é possível aceder também à edição mensal e anteriores do jornal Ensino Magazine, bem como à loja virtual (Figuras 244 a 246).

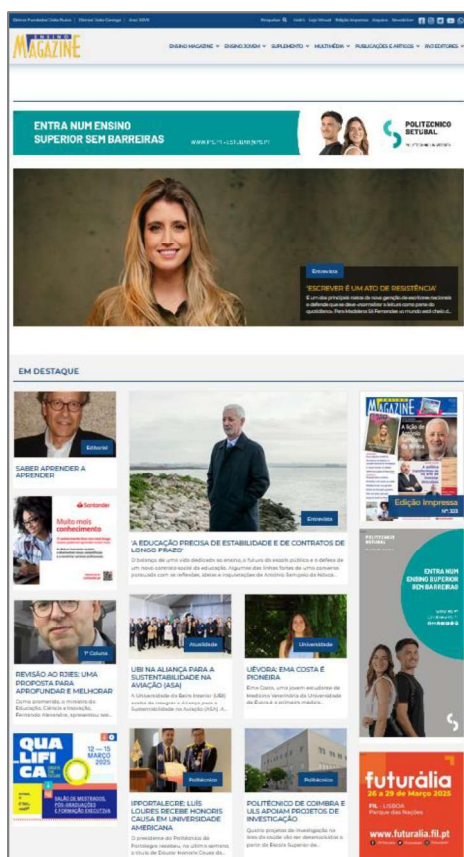


Figura 244 — Página inicial do *website* do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

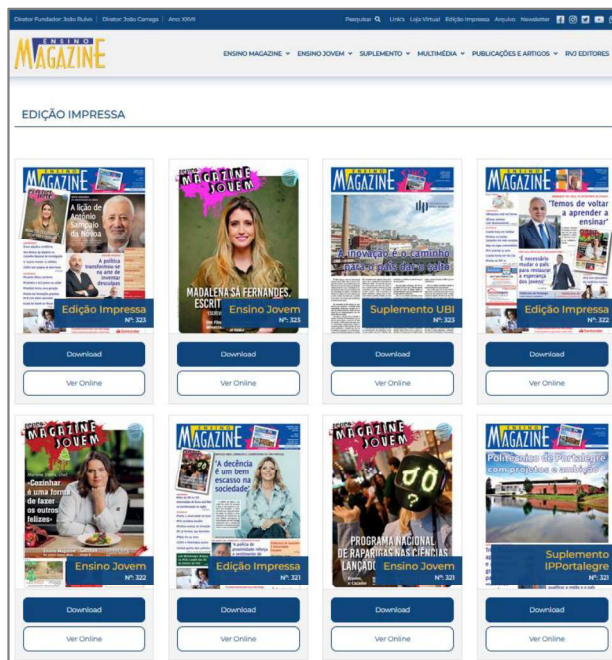


Figura 245 — Página “Edição impressa” do website do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

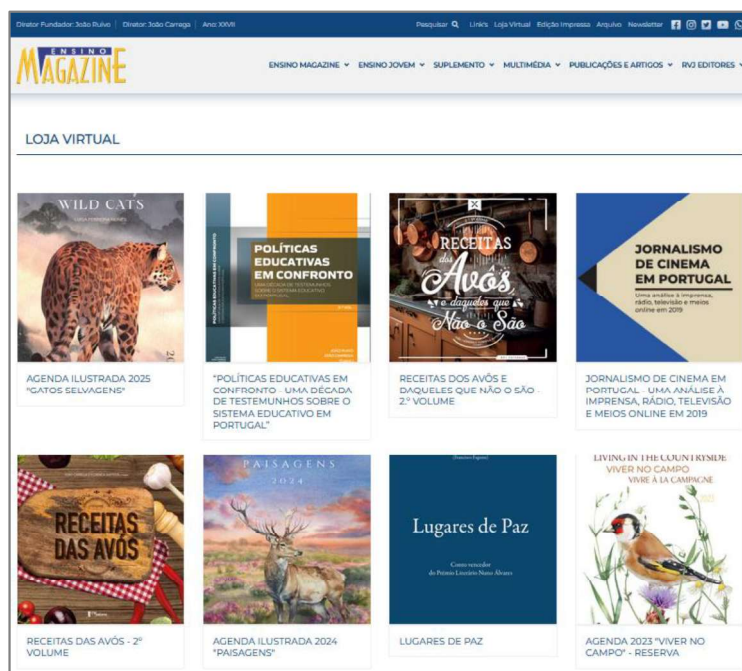


Figura 246 — Página “Loja virtual” do website do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

Nas notícias do *website* do Ensino Magazine, verifica-se que o corpo de texto utilizado é bastante pequeno, e a composição de todo o texto numa única coluna dificulta a sua leitura (Figura 247).



Figura 247 — Uma notícia no *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Ensino Magazine, 2025).

Quanto à *newsletter* do Ensino Magazine, verifica-se que este suporte também está coerente com a versão impressa, cuja informação é composta em duas colunas. Carregar em cada caixa de "Leia aqui" redirecionará o leitor para o *website* do jornal (Figura 248).



Figura 248 — Newsletter da edição de janeiro 2025 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Quanto ao Instagram e Facebook, são atualizados regularmente. No que toca ao Youtube, a rubrica Magazine Semanal não é realizada desde 2022, embora mais recentemente tenham sido publicados alguns vídeos, onde consta a marca gráfica do Ensino Magazine (Figuras 249, 250, 251 e 252). Quanto à rede social X, é raramente atualizada.

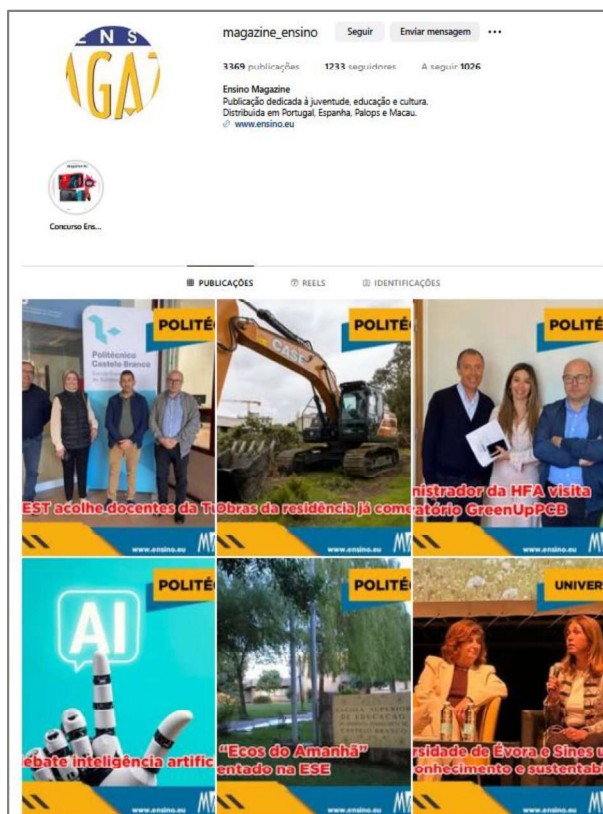


Figura 249 — Instagram do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Instagram, 2025).



Figura 250 — Facebook do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Facebook, 2025).



Figura 251 — Grafismo utilizado nas publicações do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Facebook e Instagram, 2025).

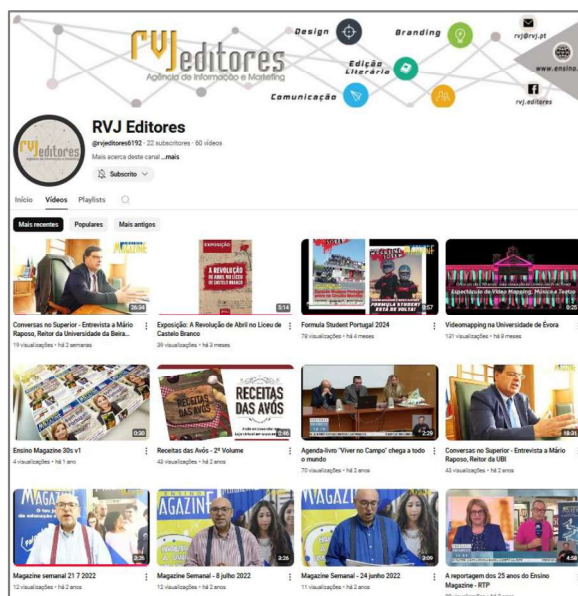


Figura 252 — Youtube do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Youtube, 2025).

3.5.2 Análise e diagnóstico

Após a realização da fase de pesquisa, procedeu-se à realização da análise SWOT e do perfil editorial do Ensino Magazine, de forma a ser possível a realização de um novo projeto gráfico.

Além disso, foi também desenvolvido um questionário referente ao projeto gráfico atual do Ensino Magazine, de forma a existir uma maior fundamentação para o desenvolvimento deste projeto.

3.5.2.1 Análise SWOT

Para Sammut-Bonnici e Galea (2014), uma análise SWOT consiste na avaliação de forças e fraquezas a nível interno e oportunidades e ameaças a nível externo numa determinada empresa. Para estes autores, considera-se o nível interno é a capacidade de que uma determinada empresa tem e o que pode melhorar, enquanto a nível externo refere-se às atividades de outras empresas no mesmo mercado.

Assim, a realização de uma análise SWOT para o projeto a desenvolver revela ser essencial para determinar a melhor abordagem ao definir o que o jornal já faz e o que poderá melhorar, bem como da sua própria concorrência (Tabela 2).

Tabela 2 – Análise SWOT do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

<p>Strengths (Forças)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elevado número de pessoas que interagem com o jornal em eventos; • Presença nacional e internacional; • Informação rigorosa, criativa e inovadora; • Jornal inteiramente gratuito. 	<p>Weaknesses (Fraquezas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidade visual e projeto gráfico com design desatualizado; • Poucos colaboradores na paginação do jornal; • Pouco investimento no formato digital; • Notícias digitais irregulares.
<p>Opportunities (Oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos colaboradores poderão contribuir na área digital; • Entrevistas a atuais e antigos alunos do ensino superior poderá contribuir para aparecimento de novos leitores; • Outras entidades poderão colaborar e promover eventos junto do próprio jornal; • Ausência de concorrentes diretos e baixo número de concorrentes indiretos. 	<p>Threats (Ameaças)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preferência de novos leitores pelo formato digital; • Diminuição de jornais em formato impresso; • Preferência do público por outros conteúdos; • Maiores custos de produção do jornal impresso.

3.5.2.2 Perfil editorial

O perfil editorial do jornal Ensino Magazine considera diversos públicos: os jovens candidatos ao ensino superior (17 aos 19 anos), que encontrarão no Ensino Magazine informação que pode influenciar a escolha do curso/universidade; os alunos do ensino superior (20 aos 26 anos), que poderão informar-se da atualidade; e docentes e reitores das universidades (30 a 65 anos), que poderão informar-se e transmitir as mais recentes notícias das suas próprias universidades.

Assim, cabe ao novo projeto gráfico do Ensino Magazine manter estes três públicos e captar novos leitores, sobretudo jovens.

3.5.2.3 Questionário referente ao projeto gráfico atual do Ensino Magazine

Para compreender o que os leitores do Ensino Magazine gostam de ler e o que gostariam que fosse melhorado no jornal, foi elaborado um questionário no Google Forms, que servirá de base para a criação de um novo projeto gráfico para o jornal Ensino Magazine.

De 17 de fevereiro a 1 de março de 2025, 61 pessoas responderam ao questionário composto por 17 perguntas, onde 34 inqueridos (55,7%) têm entre 18 a 25 anos, 12 inqueridos (19,7%) têm entre 26 a 49 anos e 11 inqueridos (18%) têm entre 50 a 64 anos. No entanto, apenas 4 inqueridos (6,6%) têm ≥ 65 anos e não houve inqueridos com idade de ≤ 17 anos.

Quanto à situação escolar, a maioria, 38 (62,3%) responderam que são estudantes universitários, enquanto 23 (37,7%) responderam que não.

Quanto ao terem contacto com o Ensino Magazine, todos (100%) responderam que sim.

Quanto a como têm contacto com o Ensino Magazine, a opção mais escolhida foi junto de instituições de ensino superior (44 inqueridos, 72,1%), seguido das redes sociais (32, 52,5%) e através de colaboradores da RVJ Editores (21, 34,4%). Outras opções foram as feiras (Futurália, Lisboa Games Week...) (18, 29,5%), *newsletter* (17, 27,9%), junto de espaços públicos e privados (centros de saúde, fóruns, centros de saúde...) (16, 26,2%) e recomendado por professores/amigos/familiares/estudantes (12, 19,7%). As opções menos referidas foram as exposições (9, 14,8%) e junto de escolas secundárias (8, 13,1%).

Quanto às seções que os leitores do Ensino Magazine gostam de ler, as opções mais escolhidas foram a Entrevista (27, 44,3%), Universidade (26, 42,6%), seguido de Politécnico (24, 39,3%), Atualidade (23, 37,7%), Cultura (20, 32,8%), Editorial (17, 27,9%), Opinião (17, 27,9%), Associações (16, 26,2%), Santander Universidades (14, 23%), 1ª Coluna (15, 24,6%) e Motor (13, 21,3%). As opções menos escolhidas foram a Propostas (9, 14,8%), Unesco (9, 14,8%), Escola (9, 14,8%), Lusofonia (8, 13,1%) e Curtas & Diretas (7, 11,5%).

Quanto às notícias que os leitores do Ensino Magazine gostariam de ler que ainda não estão no jornal, 52 dos inquiridos não especificaram. Já dois inquiridos responderam “Música”, enquanto 1 respondeu “Humor”. As restantes respostas foram sugeridas por um inquirido, respetivamente, que incluem as seguintes sugestões: “Mais sobre arte e cultura regional”, “Entrevistas com investigadores, professores e estudantes que se destacam, saindo da esfera política e institucional habitual”, “Entrevistas a alunos do ensino superior sobre a sua experiência na universidade”, “Entrevistas a ex-alunos do ensino superior. Especialmente no caso

dos que frequentaram universidades e politécnicos do interior.” e “Reportagem”. Apenas 1 inquirido afirmou “Gosto de tudo o que já existe”.

Quanto a se os inquiridos lêem o suplemento Ensino Magazine Jovem, 48 (78,7%) responderam que sim, enquanto 13 (21,3%) responderam que não.

Quanto à preferência pelo formato impresso ou digital, verifica-se que a maioria dos inquiridos (27, 44,3%) preferem ambos os formatos, enquanto 22 (36,1%) preferem o formato impresso. Já 12 (19,7%) têm preferência pelo formato digital.

Quanto ao grau de recomendação do Ensino, a maioria dos inquiridos (19, 31,1%) avaliou com nível 10 a probabilidade de recomendação do jornal a um conhecido, enquanto 11 (18%) avaliaram com nível 9 e 10 (16,4%) avaliaram com nível 8. Entre as opções intermédias, 7 inqueridos (11,5%) avaliaram com nível 7 e 7 (11,5%) avaliaram com nível 6. Entre as opções menos favoráveis, 3 (4,9%) avaliaram com nível 5, 2 (3,3%) avaliaram com nível 4, 1 (1,6%) avaliou com nível 3 e 1 inquerido (1,6%) avaliou com nível 1. Não houve inquiridos a avaliar o jornal com nível 2.

Quanto às seções que os leitores do Ensino Magazine gostam de ler, a maioria prefere ler sobre Cinema (25, 52,1%), seguido de Última (24, 50%), Top (17, 35,4%), Magazine Gamer (15, 31,3%), Game (14, 29,2%) e Gadgets (13, 27,1%). Nas opções menos votadas consta a Entrevista (10, 20,8%) e Atualidade (3, 6,3%). Um inquirido (2,1%) não especificou qualquer seção.

Quanto às notícias que os leitores do Ensino Magazine Jovem gostariam de ler que ainda não estão no jornal, dois inquiridos, respetivamente, responderam “Música” e “Melhoramento em geral”.

Quanto ao conteúdo que poderia ser melhorado no Ensino Magazine, a maioria dos inquiridos menciona o aspeto gráfico (41, 67,2%) e a marca gráfica (34, 55,7%). As opções menos escolhidas foram a interatividade (20, 32,8%) e o conteúdo (19, 31,1%).

Quanto ao conteúdo que poderia ser melhorado no Ensino Magazine em resposta aberta, 46 inquiridos não especificaram. 15 sugeriram as seguintes respostas: “Com uma identidade visual mais contemporânea e apelativa”, “Melhorado no geral”, “Deve fazer-se uma intervenção profunda no projeto gráfico e identidade visual. O aspeto é muito antiquado/datado de uma apresentação gráfica pouco relevante e que não cativa ninguém. Deveriam pensar em adotar uma nova abordagem, se pretendem permanecer relevantes como jornal”, “Necessita de modernizar a identidade visual”, “O design é antiquado e conservador. O conteúdo tem muita promoção e política institucional.”, “Melhorar aspecto”, “Melhorar o Design da publicação”, “Apesar de bom, já podia ser atualizado para algo mais moderno, com um sentido mais dinâmico e jovem.”, “mais atualização das seções do suplemento”, “Entrevistas a entidades/pessoas mais direcionado aos jovens”, “Conteúdo mais ligeiro”, “Histórias de vida; reportagem”, “Identidade contemporânea e apelativa”, “Mais dinâmico” e “Marca grafica melhorada”.

Em suma, verifica-se que o questionário permitiu a recolha de informação necessária perante o público-alvo essencial, os jovens universitários, bem como de outros públicos, em número suficiente para o decurso da investigação.

Verifica-se também que as sugestões dos entrevistados se encontram igualmente em número suficiente para a realização do novo projeto gráfico para o jornal do Ensino Magazine. Os gráficos referentes ao questionário podem ser consultados no Apêndice A.

3.5.3 Desenvolvimento projetual

Após a pesquisa sobre o jornal Ensino Magazine e a realização da análise e diagnóstico, procedeu-se ao desenvolvimento projetual, que assenta na personalidade da marca, *moodboard*, esboços e estudos da marca gráfica, seleção e construção da marca gráfica, testes de resistência da marca gráfica, cor e kit de normas gráficas.

Quanto ao jornal impresso, foram desenvolvidos testes de composição, sistema de grelha e mancha tipográfica, funções do texto e escolha tipográfica, cor, *layout* atual, proposta de publicação – Jornal e Suplemento, livro de estilos, *newsletter*, *website* e *templates* para redes sociais. Por fim, foi realizado um questionário referente ao novo projeto gráfico do Ensino Magazine.

3.5.3.1 Personalidade da marca

O Ensino Magazine tem como objetivo a transmissão de um conteúdo rigoroso e informativo sobre a educação e de forma gratuita, de maneira que qualquer leitor consiga se informar corretamente as diversas áreas do ensino e da cultura.

Com base no modelo de Aaker (Figura 3), verifica-se que o jornal Ensino Magazine enquadra-se no campo da competência devido às suas características. No entanto, o projeto gráfico a realizar pretende que este jornal se enquadre também no campo do entusiasmo, de forma a realçar a sua criatividade e inovação nas diversas seções.

3.5.3.2 Moodboard

Antes da criação da marca gráfica e do projeto gráfico, procedeu-se à elaboração de quatro *moodboards*, que apresentam diversas fontes tipográficas, cores, imagens a utilizar como inspiração no projeto a desenvolver e palavras que remetem ao que o novo projeto gráfico e marca gráfica pretendem transmitir ao público (Figuras 253, 254, 255 e 256).

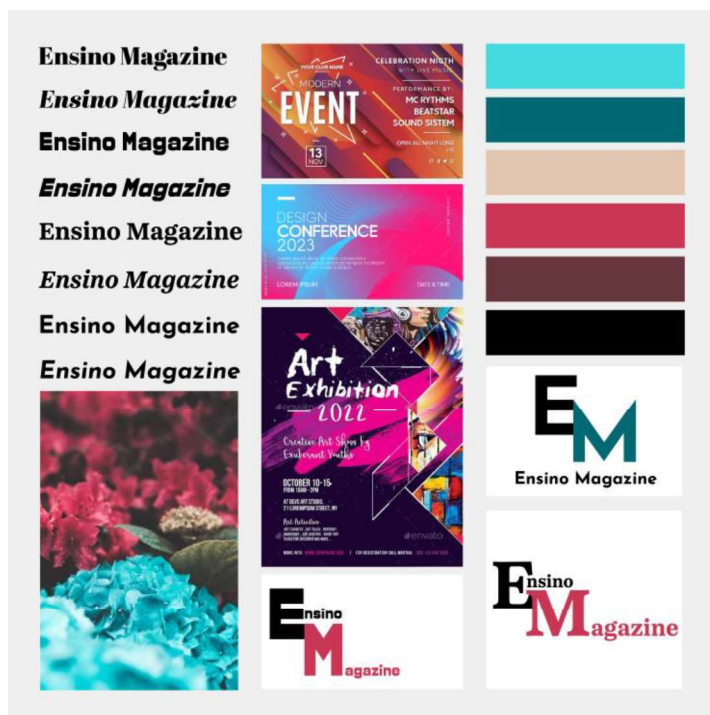


Figura 253 — Moodboard relativo à marca gráfica a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 254 — Moodboard relativo à marca gráfica a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

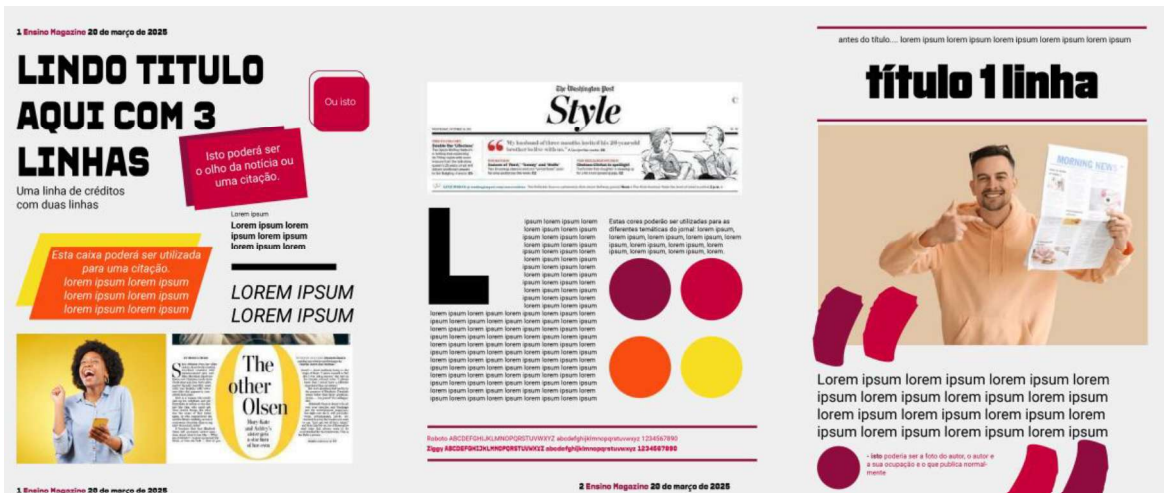


Figura 255 — Moodboard relativo ao projeto gráfico a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

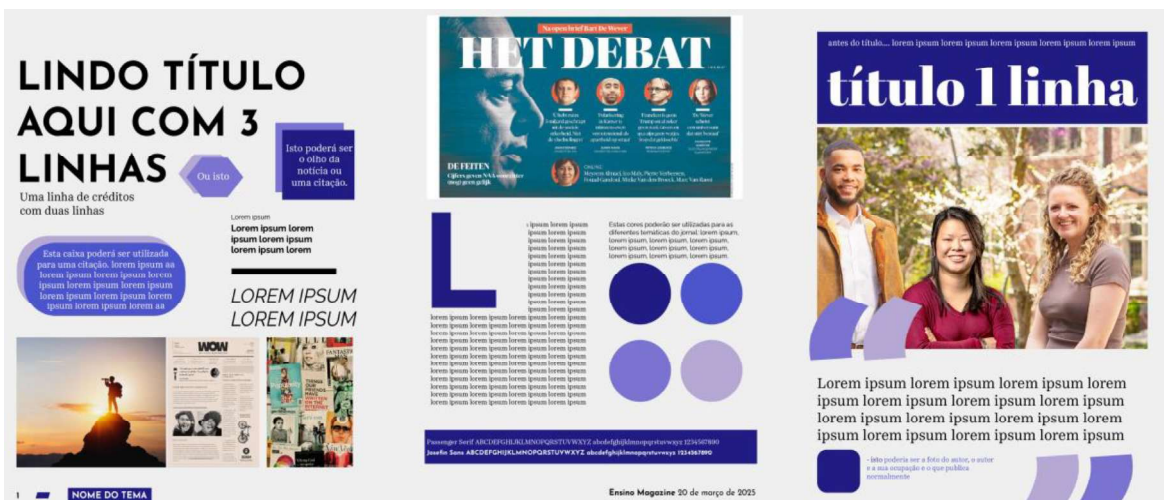


Figura 256 — Moodboard relativo ao projeto gráfico a desenvolver para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.3 Esboços e estudos da marca gráfica

Após a elaboração do moodboard e antes de se proceder à construção do projeto gráfico, foram realizados alguns esboços em papel, focados na análise do nome Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem, bem como de elementos que surgem a partir do próprio nome (Figura 257).

As palavras Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem foram também compostas com diversos tipos de letra e posicionamento, de forma a determinar como estas palavras poderiam ser adequadamente compostas de acordo com a temática da criatividade, que é o que se pretende transmitir com a marca gráfica

perante o público. O uso do chapéu deve-se ao facto de ser um elemento que simboliza a obtenção de grau académico e inerentemente o mundo universitário, para o qual o jornal é direccionado, e que poderá dar ênfase à marca gráfica (Figuras 258, 259, 260 e 261).

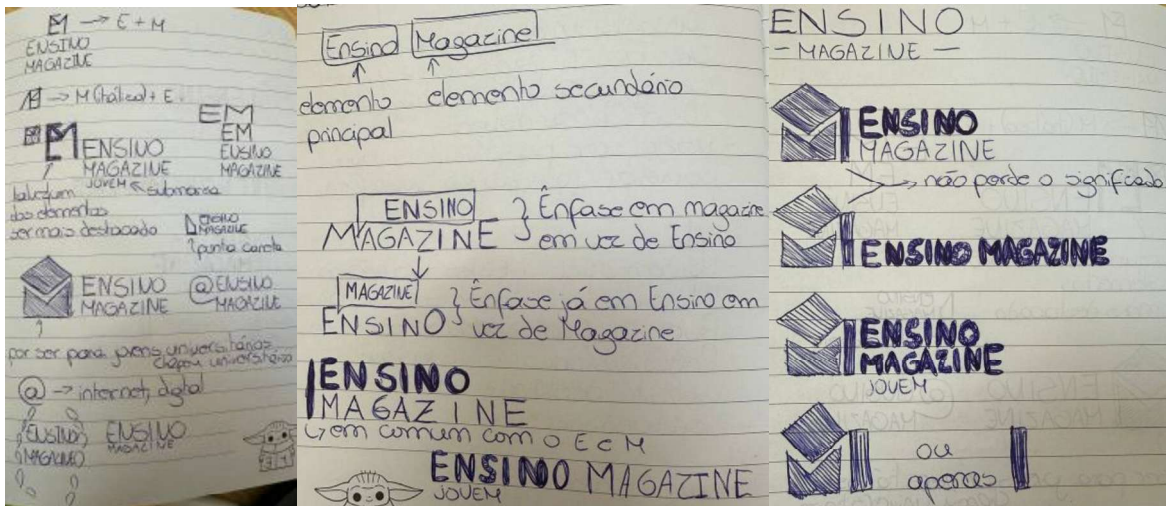


Figura 257 — Esboços em papel criados para a nova marca gráfica do jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



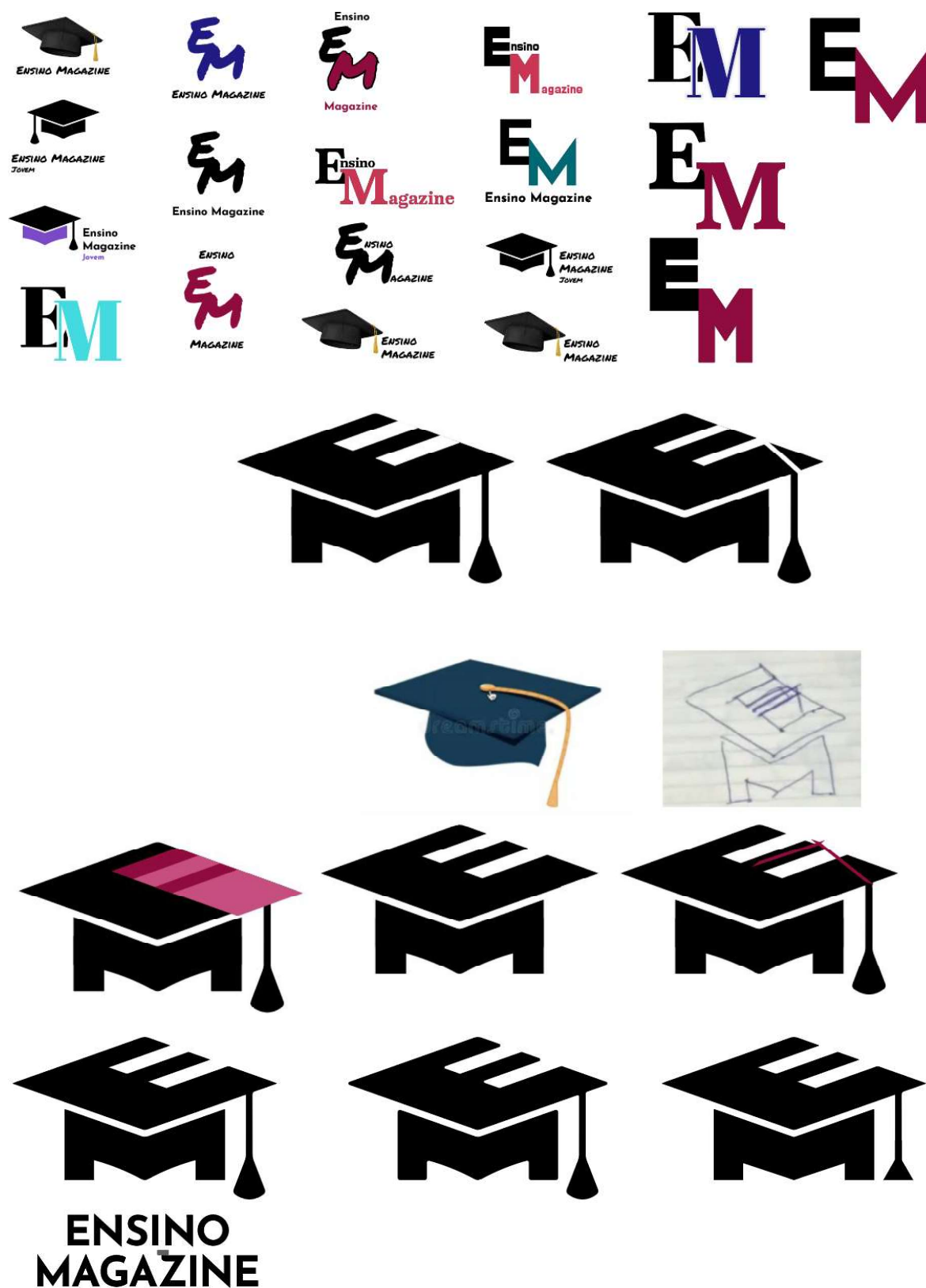


Figura 258 — Esboços digitais criados para a nova marca gráfica do jornal Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

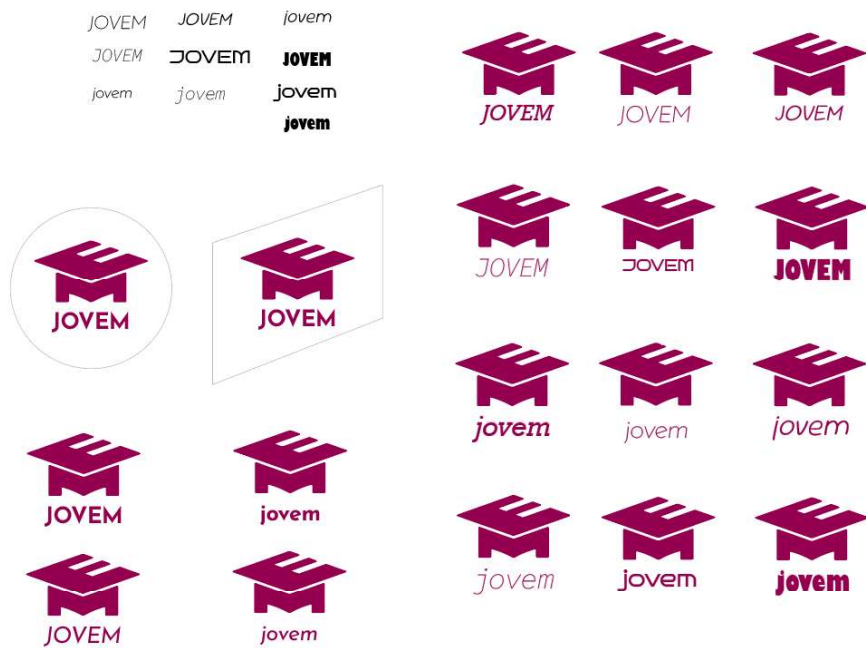


Figura 259 — Esboços digitais criados para a nova marca gráfica do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



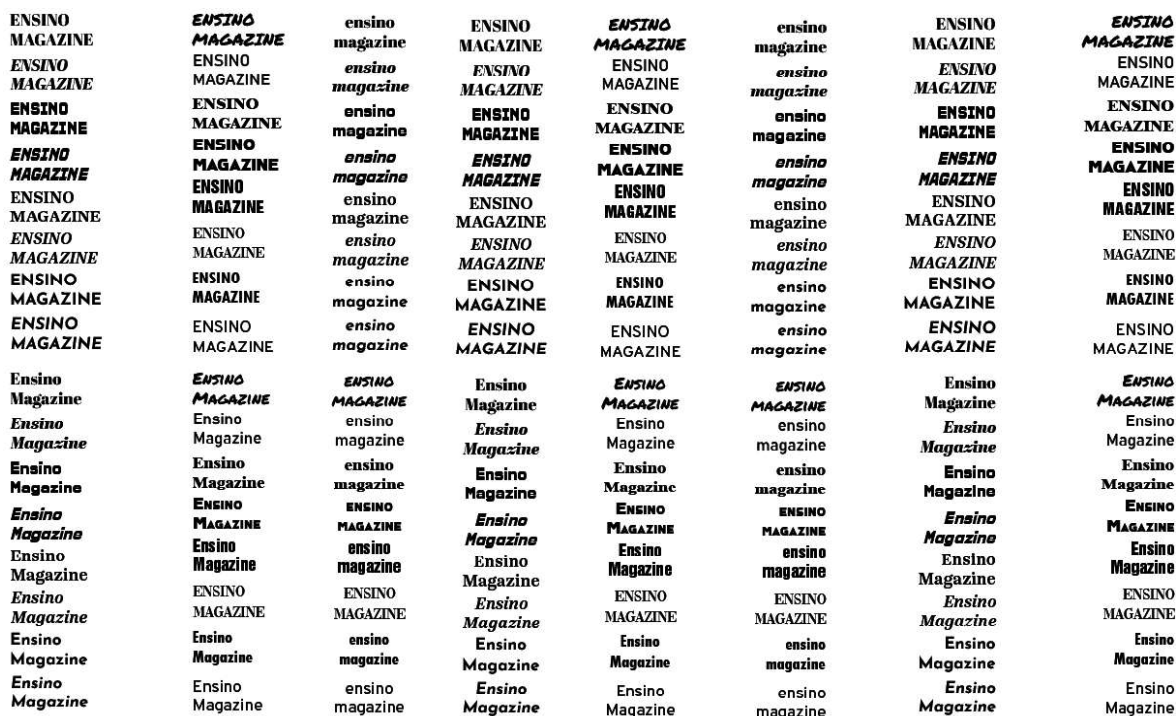


Figura 260 — Diferentes tipos de composição da palavra Ensino Magazine, representados em caixa alta e baixa. (Fonte: Autora, 2025).

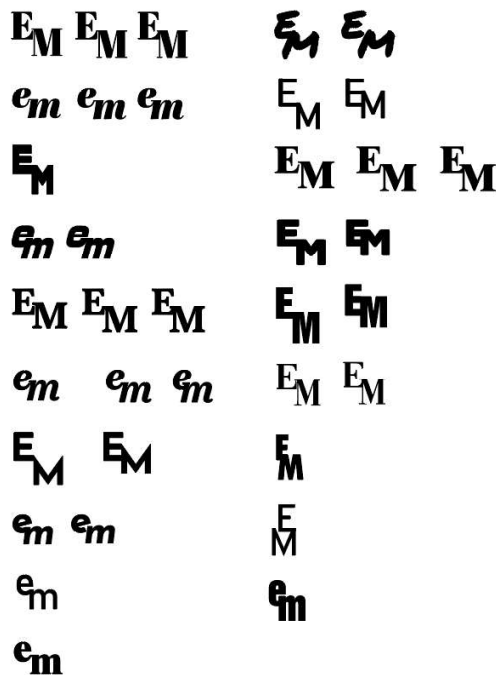


Figura 261 — Diferentes tipos de composição das letras EM, representados em caixa alta e baixa. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.3.1 Seleção e construção da marca gráfica

No desenvolvimento da marca gráfica foi tido em consideração a missão, valores, essência e visão da própria marca, bem como o posicionamento perante os estudos de casos analisados anteriormente. Mantendo-se fiel ao mundo universitário, a marca gráfica do Ensino Magazine baseia-se nos seus elementos visuais e tipográficos.

Assim, a marca é constituída pelo símbolo e logótipo, cujo símbolo representa um chapéu universitário através das iniciais do nome do jornal, enquanto o logótipo é constituído pela palavra Ensino Magazine, representada em caixa alta (Figura 262).

Foi ainda criada uma variante referente à submarca Ensino Magazine Jovem, que contém os elementos gráficos da marca original e com a palavra “Jovem”, de forma que ambas as marcas sejam facilmente reconhecidas (Figura 263). As variantes da marca terão os seus usos explicados no manual de identidade visual.



Figura 262 — Marca gráfica criada para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

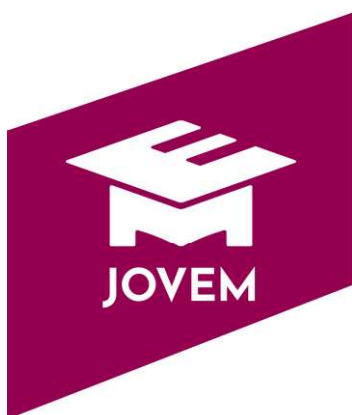


Figura 263 — Marca gráfica criada para o jornal Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.3.2 Testes de resistência da marca gráfica

Após o desenvolvimento de ambas as marcas gráficas, foi necessário testar a sua viabilidade, nomeadamente em termos de balanceamento de espaço, cor, escala, caixas, “pixelizado”, desfocado e partes da marca gráfica (Figuras 264 a 270).



Figura 264 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de balanceamento de espaço. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 265 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de cor. (Fonte: Autora, 2025).

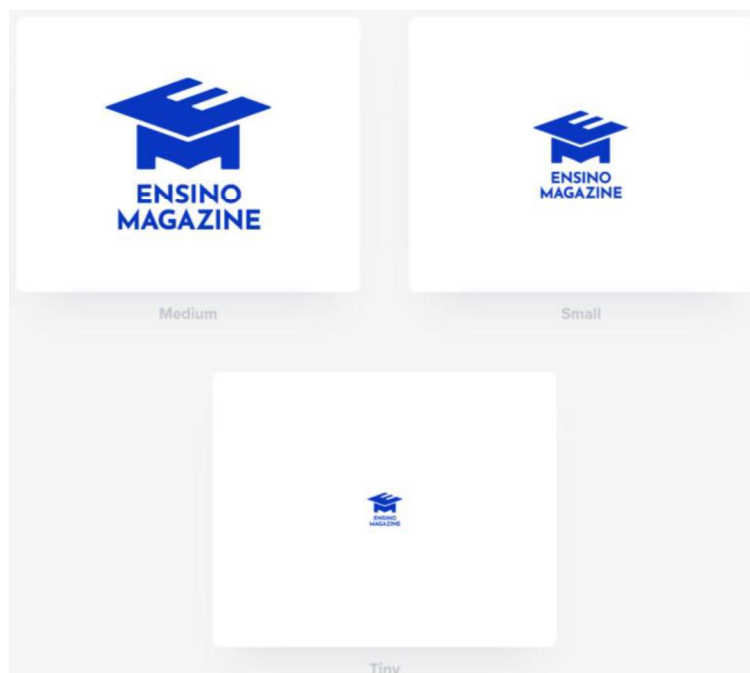


Figura 266 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de escala. (Fonte: Autora, 2025).

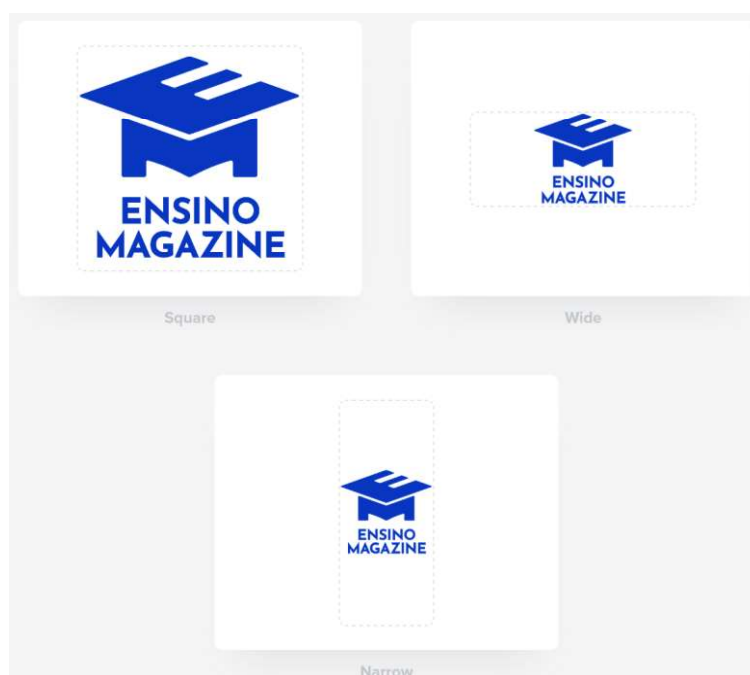


Figura 267 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de caixas. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 268 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de pixels. (Fonte: Autora, 2025).

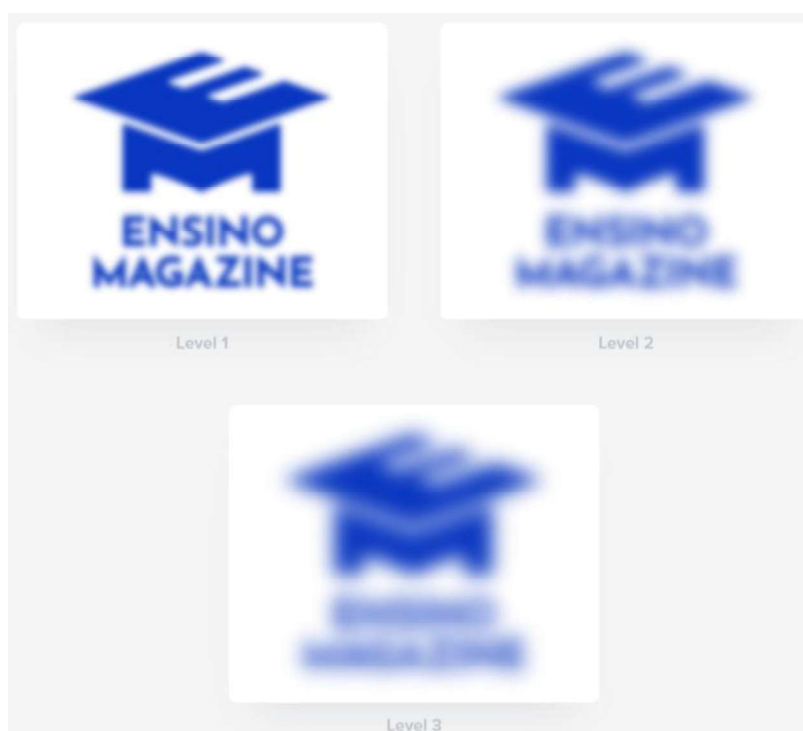


Figura 269 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de desfocagem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 270 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de diferentes partes. (Fonte: Autora, 2025).

Com a realização dos presentes testes, verifica-se assim que a marca gráfica é reconhecida em qualquer situação, com a sua redução mínima a ser colocada no manual de identidade visual e livro de estilos. Os mesmos testes foram repetidos para a marca do suplemento Ensino Magazine Jovem (Figuras 271 a 276).

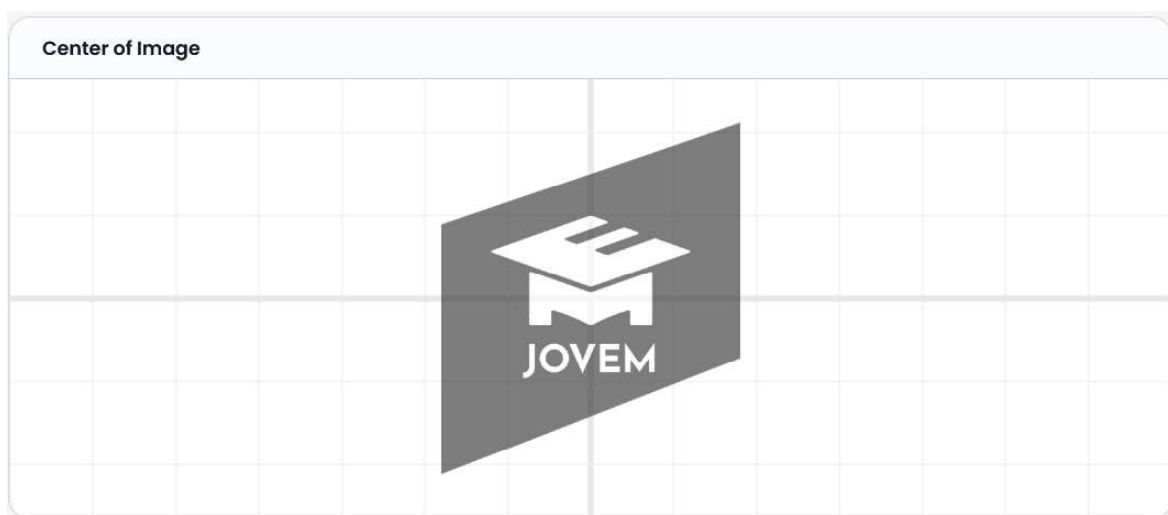


Figura 271 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de balanceamento de espaço. (Fonte: Autora, 2025).

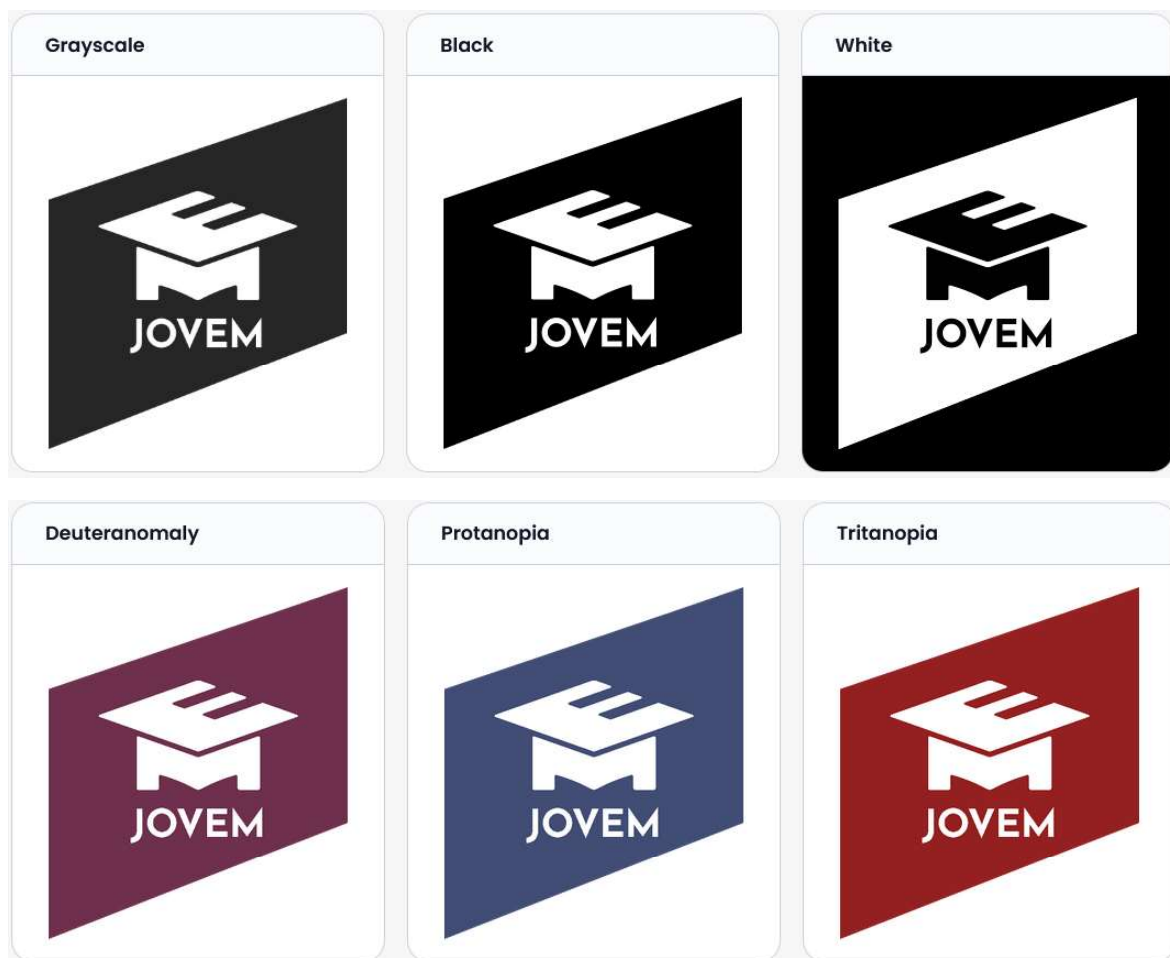


Figura 272 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de cor. (Fonte: Autora, 2025).

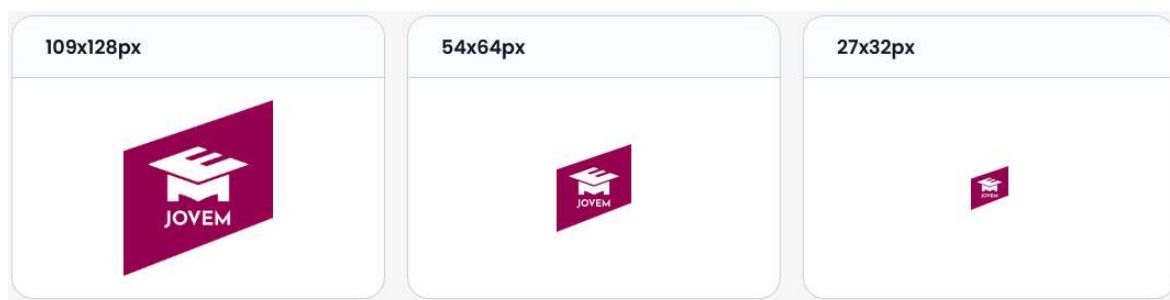


Figura 273 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de escala. (Fonte: Autora, 2025).

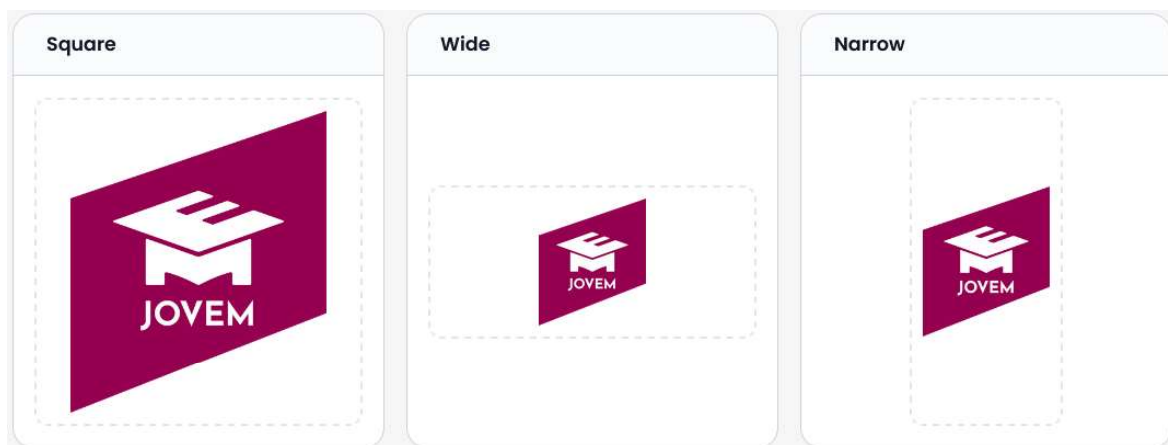


Figura 274 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de caixas. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 275 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de pixels. (Fonte: Autora, 2025).

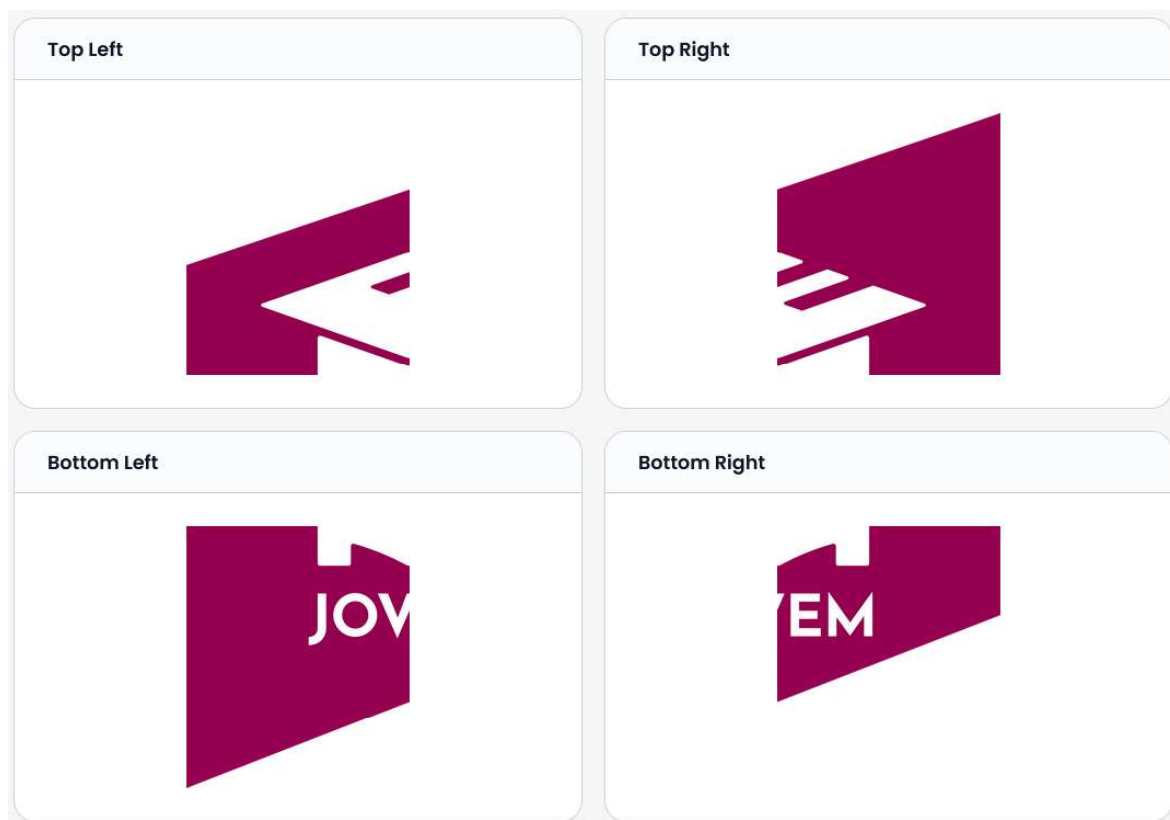


Figura 276 — Teste de resistência da marca gráfica Ensino Magazine em termos de diferentes partes. (Fonte: Autora, 2025).

Com a realização dos presentes testes, verifica-se também que esta marca gráfica consegue ser reconhecida em qualquer situação, com a sua redução mínima a ser colocada no manual de identidade visual e livro de estilos.

3.5.3.3.3 Cor

Relativamente ao universo cromático, a marca do Ensino Magazine é constituída por uma cor, representado por um azul, embora de uma forma mais contemporânea e dado que é uma cor que transmite criatividade. Já para o Ensino Magazine Jovem, é utilizada a cor magenta devido a, também, representar a criatividade. De acordo com o fundo cromático, poderá ser utilizado ou o branco ou o preto, de forma a manter a legibilidade na utilização da marca gráfica.

Além disso, as cores apresentadas no manual de identidade visual deverão ser representadas fielmente, de forma a permitir que a marca seja facilmente reconhecida pelo público-alvo (Figura 277).

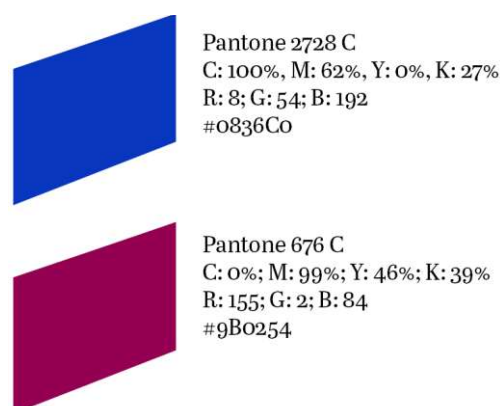


Figura 277 — Paleta de cores utilizada na marca gráfica do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.4 Jornal impresso

Após a criação da marca gráfica, procedeu-se à realização do projeto gráfico do Ensino Magazine e do seu suplemento, o Ensino Magazine Jovem.

Assim, serão realizados testes de composição, definição do sistema de grelha e mancha gráfica, definição das funções do texto e escolha tipográfica, definição de cor e propostas de publicação para o jornal e para o suplemento.

3.5.3.4.1 Testes de composição

Antes de proceder à criação do projeto gráfico, foi necessário realizar alguns testes de composição, quer a nível de tipografia, quer a nível de grelha e imagética (Figuras 278 e 279).

Assim, verificou-se que a fonte Abril Text com tamanho de letra 8,5 pts e entrelinha 11 pts é considerada a mais adequada para composição do corpo de texto. Para títulos e outras funções do texto, optou-se por manter a fonte utilizada na marca gráfica do jornal, a Josefin Sans, de modo a manter a comunicação do jornal coerente entre todos os meios de comunicação utilizados. Assim, a combinação de uma fonte serifada com uma não serifada permite a melhoria da ênfase do projeto.

Verificou-se, também, ser essencial o uso de cor para destacar determinadas partes de uma notícia. Além disso, o uso de 5 colunas em vez de 4 considerou-se uma mais-valia para o projeto gráfico, pois permite manter o dinamismo da comunicação. As colunas apresentam 49,6mm de largura.

ENTREVISTA

Ensejo Magazine 30 de março de 2025

Rotary Club da Covilhã premia melhor mestrado

O Rotary Club da Covilhã (RCCL) tem a honra de anunciar a escolha do melhor mestre de Rotaract do mundo em 2024. O vencedor foi o português João Pedro Gonçalves, representante do Rotary Club de Lisboa. Este reconhecimento é atribuído anualmente ao melhor mestre de Rotaract em todo o mundo, considerando a sua liderança, dedicação e impacto na comunidade. O RCCL orgulha-se de ter um representante português neste prestigioso concurso.

João Pedro Gonçalves, representante do Rotary Club de Lisboa, foi eleito o melhor mestre de Rotaract do mundo em 2024. Este reconhecimento é atribuído anualmente ao melhor mestre de Rotaract em todo o mundo, considerando a sua liderança, dedicação e impacto na comunidade. O RCCL orgulha-se de ter um representante português neste prestigioso concurso.




FUNDAÇÃO LUSO-AMERICANA

Diplomado pela UBI vence concurso

O diplomado em Ciências Políticas e Sociais da Universidade Nova de Lisboa, João Pedro Gonçalves, venceu o concurso promovido pela UBI (Universidade Brasileira de Inovação) em parceria com a Fundação Luso-Americana. Este reconhecimento destaca a sua liderança e dedicação na área de desenvolvimento humano e social.

EM REPRESENTAÇÃO DO CRUP

Reitor da UBI no CES

Mário Raposo, reitor da Universidade Brasileira de Inovação (UBI), participou no Conselho Executivo do Conselho Superior de Estatística (CES) em representação do Conselho Regulador de Universidades Portuguesas (CRUP). Durante a reunião, foram discutidos temas relevantes para o ensino superior e a investigação científica.



ALTIMAMENTE SAUDÁVEIS

Saúde mental na UBI

A Universidade Brasileira de Inovação (UBI) está a implementar um plano de saúde mental abrangente para os seus estudantes e funcionários. Este plano inclui sessões de aconselhamento psicológico, grupos de apoio e programas de intervenção precoce. O objetivo é promover o bem-estar emocional e garantir que todos tenham acesso a recursos de apoio quando necessário.

ENTREVISTA

Ensejo Magazine 30 de março de 2025

Rotary Club da Covilhã premia melhor mestrado

O diplomado em Ciências Políticas e Sociais da Universidade Nova de Lisboa, João Pedro Gonçalves, venceu o concurso promovido pela UBI (Universidade Brasileira de Inovação) em parceria com a Fundação Luso-Americana. Este reconhecimento destaca a sua liderança e dedicação na área de desenvolvimento humano e social.

FUNDAÇÃO LUSO-AMERICANA

Diplomado pela UBI vence concurso

O diplomado em Ciências Políticas e Sociais da Universidade Nova de Lisboa, João Pedro Gonçalves, venceu o concurso promovido pela UBI (Universidade Brasileira de Inovação) em parceria com a Fundação Luso-Americana. Este reconhecimento destaca a sua liderança e dedicação na área de desenvolvimento humano e social.

EM REPRESENTAÇÃO DO CRUP

Reitor da UBI no CES

Mário Raposo, reitor da Universidade Brasileira de Inovação (UBI), participou no Conselho Executivo do Conselho Superior de Estatística (CES) em representação do Conselho Regulador de Universidades Portuguesas (CRUP). Durante a reunião, foram discutidos temas relevantes para o ensino superior e a investigação científica.



ALTIMAMENTE SAUDÁVEIS

Saúde mental na UBI

A Universidade Brasileira de Inovação (UBI) está a implementar um plano de saúde mental abrangente para os seus estudantes e funcionários. Este plano inclui sessões de aconselhamento psicológico, grupos de apoio e programas de intervenção precoce. O objetivo é promover o bem-estar emocional e garantir que todos tenham acesso a recursos de apoio quando necessário.

Figura 279 — Exemplo de spread com diferentes fontes tipográficas e posicionamento de caixas de texto. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.4.2 Sistema de grelha e mancha tipográfica

Após definir as fontes tipográficas a utilizar e a quantidade de colunas a utilizar, procedeu-se à definição do sistema de grelha e mancha tipográfica a serem utilizadas no projeto gráfico.

Em primeiro lugar, definiu-se que a mancha tipográfica da primeira página fica delimitada em 264 x 349,592mm, numa página de 297 x 400mm, com margens de 24mm (superior), 26,4mm (inferior), 15mm (interior) e 18mm (exterior), goteiras de 4mm e incremento de 11 pts, que corresponde à entrelinha do corpo de texto (Figura 280). Com este espaço delimitado, é possível a aplicação de um cabeçalho de 54,328mm e de uma primeira página e chamadas de capa dispostas ao longo da grelha. Além disso, a primeira página inicia no topo da margem a 12,7mm (Figura 281).

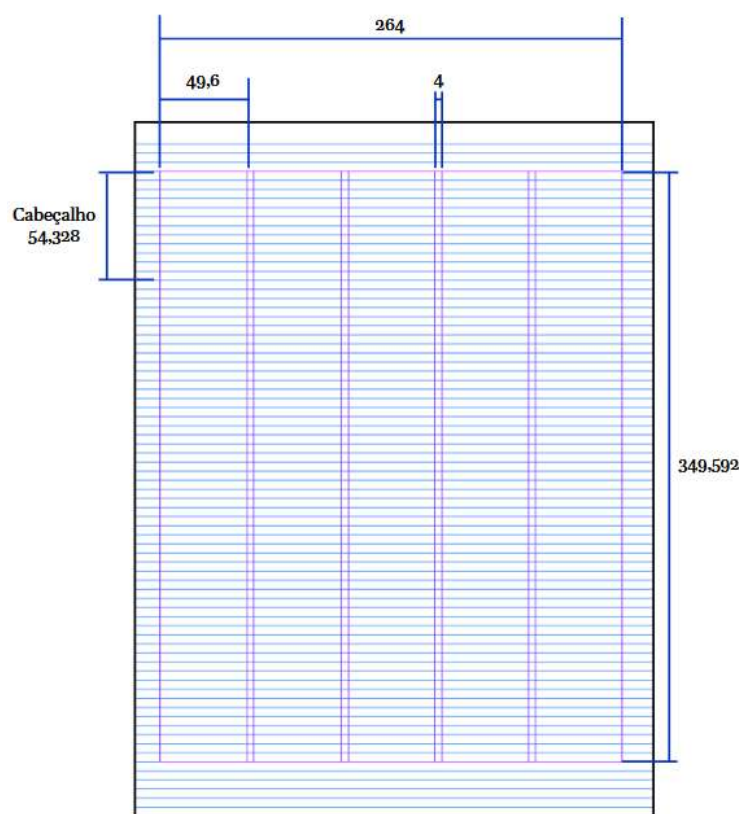


Figura 280 — Sistema de grelha utilizado na primeira página do projeto gráfico do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

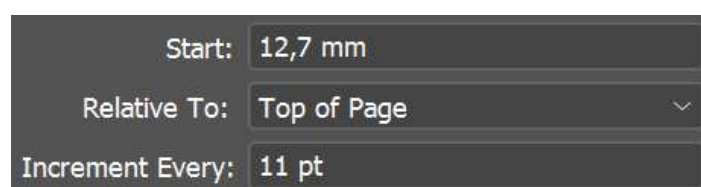


Figura 281 — Definições da *baseline grid* do projeto gráfico do Ensino Magazine, como apresentadas no programa Adobe InDesign. (Fonte: Autora, 2025).

Assim, o miolo tem uma mancha tipográfica com dimensão de 264 x 345,378mm, numa página de 297 x 400mm, com margens de 28,222mm (superior), 26,4mm (inferior), 15mm (interior), 18mm (exterior), goteiras de 4mm e incremento de 11 pts (Figura 282).

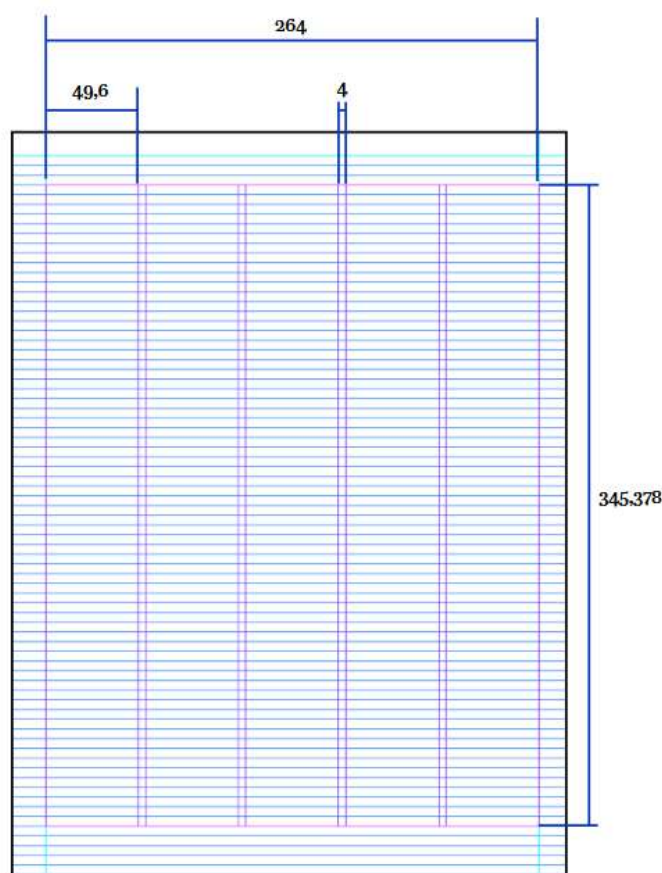


Figura 282 — Sistema de grelha utilizado no miolo do projeto gráfico do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

O sistema de grelha encontra-se integrado nas duas páginas mestras utilizadas no projeto gráfico do Ensino Magazine e suplemento, cujos marcadores e fólhos apresentam, na página ímpar, o número da página, grafismo do jornal e tema da página no lado esquerdo e no lado direito o nome e data da publicação. Já a página par apresenta esta ordem invertida, com o nome e data da publicação a aparecerem no lado esquerdo e o tema, grafismo e número da página a surgirem no lado direito (Figuras 283 e 284).

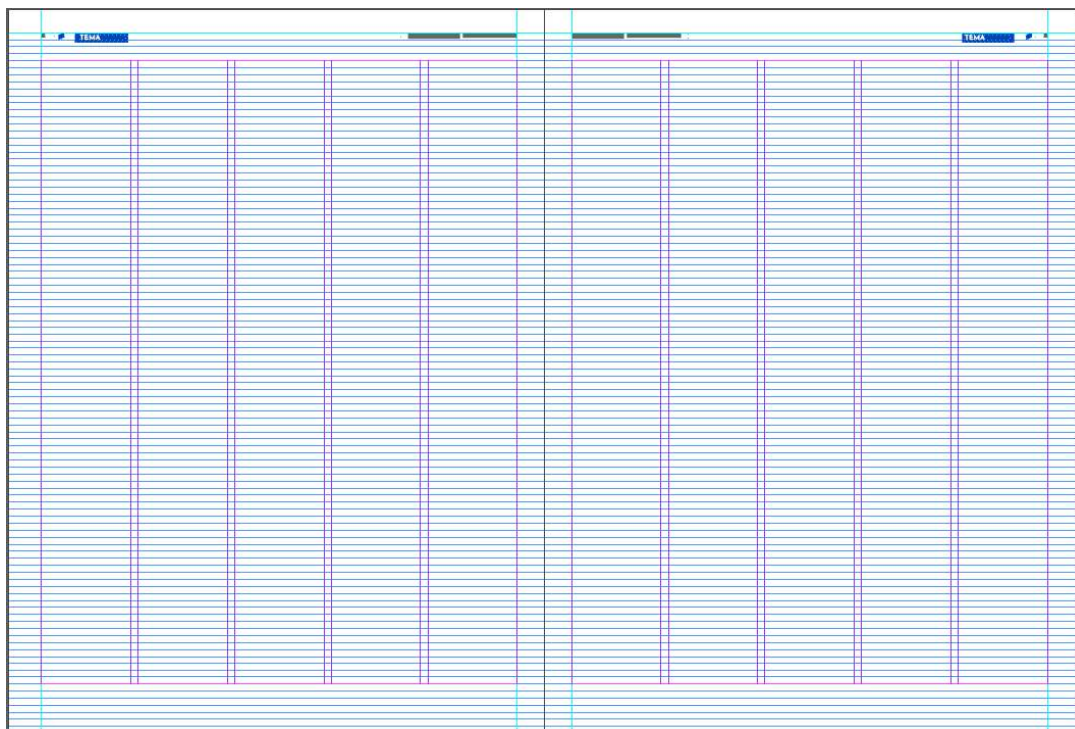


Figura 283 — *Spread* da página mestra utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

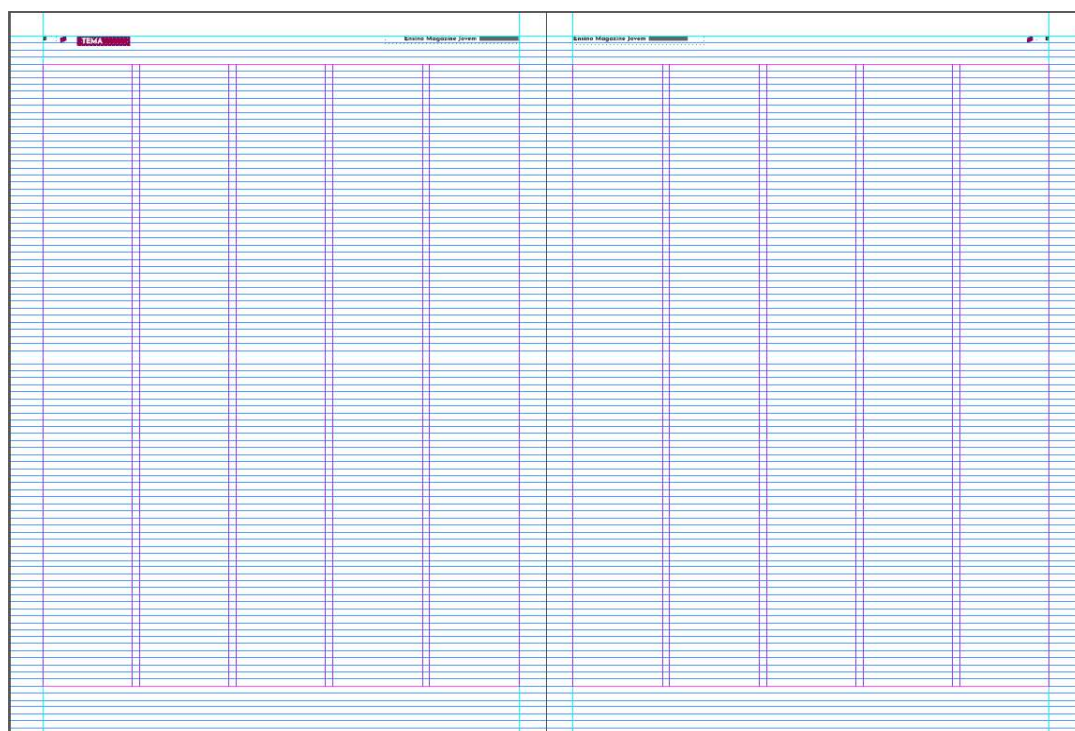


Figura 284 — *Spread* da página mestra utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.4.3 Funções do texto e escolha tipográfica

Após a realização dos testes de composição, essenciais para a criação do projeto gráfico do Ensino Magazine, verificou-se que as fontes tipográficas mais adequadas para as necessidades do projeto são a Josefin Sans, uma fonte não serifada e a Abril Text, uma fonte serifada. A combinação destas fontes permite facilitar a leitura da publicação, enquanto é possível conferir elementos contemporâneos ao jornal, ao contrário do que ocorre no atual projeto gráfico (Figuras 285 e 286).

Josefin Sans

Josefin Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Josefin Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Josefin Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Josefin Sans Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Josefin Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Josefin Sans Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (, ; : .)*
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (, ; : .)*
 0123456789

Figura 285 — Família tipográfica da fonte Josefin Sans, utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Abril Text

Abril Text Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (,;:.)*
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (,;:.)*
0123456789

Abril Text Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (,;:.)*
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (,;:.)*
0123456789

Abril Text Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (,;:.)*
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (,;:.)*
0123456789

Abril Text Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÇÃÊÍ ?!&% (,;:.)*
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz çãêí ?!&% (,;:.)*
0123456789

Figura 286 — Família tipográfica da fonte Abril Text, utilizada no projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Para cada função do texto, foi atribuída uma fonte tipográfica e tamanho de letra a utilizar tanto no jornal principal como no suplemento, em que na primeira página são os seguintes:

- **Linha de informação superior:** Abril Text, 10pts.
- **Notícias:** Título composto a 18pts, nome da notícia a 14pts e entrelinha 14pts e página onde se encontra a notícia a 8,5pts.
- **Chamadas de capa:**
 - **Notícia principal:** Josefin Sans Bold 48pts, entrelinha 48pts
 - **Primeira informação da notícia principal:** Abril Regular 13pts, entrelinha 15pts, página onde se encontra Abril Bold 11pts, entrelinha 15pts
 - **Notícias sem tema:** Josefin Sans Bold 13pts, entrelinha 15,6pts, página onde se encontra Abril Bold 9pts, entrelinha 10,8pts
- **Fólios:** Josefin Sans Bold, 10pts
- **Marcador (tema):** Josefin Sans Bold, 11pts
- **Marcador (nome da publicação):** Josefin Sans Bold, 10pts
- **Marcador (data da publicação):** Josefin Sans, 10pts

Para o miolo, as funções dos textos mantêm-se semelhantes, que são as seguintes:

- **Antetítulos:** Josefin Sans Bold, 11pts
- **Títulos:** Josefin Sans Bold, de 24,5 a 45pts
- **Corpo de texto:** Abril Text Regular; 8,5pts
- **Intertítulos:** Josefin Sans Bold, 12pts
- **Citação e Olho:** Abril Text Bold Italic, 12pts
- **Capitulares:** Josefin Sans Bold, 4 linhas de texto
- **Linha de créditos:** Josefin Sans Bold Italic, 8,5pts

Outras funções de texto, como a definição de títulos por escala tipográfica podem ser encontradas de forma detalhada no livro de estilos do Ensino Magazine (capítulo 3.5.3.8 do presente relatório).

3.5.3.4.4 Cor

Quanto à cor utilizada no jornal impresso do Ensino Magazine e suplementos, optou-se pela escolha do preto na maioria do jornal, estando presente em todo o corpo de texto, enquanto a cor principal (azul para o Ensino Magazine e suplementos de universidades e magenta para o suplemento Ensino Magazine Jovem) é utilizada em outras funções dos textos, como nos títulos, citações e, ainda, na ficha técnica, para que o leitor consiga entender facilmente a sua hierarquia visual.

Além disso, estas duas cores podem ser utilizadas a 20%, geralmente em caixas com notícias que estão presentes em apenas uma coluna, de maneira a conferir-lhes um pequeno destaque (Figura 287).

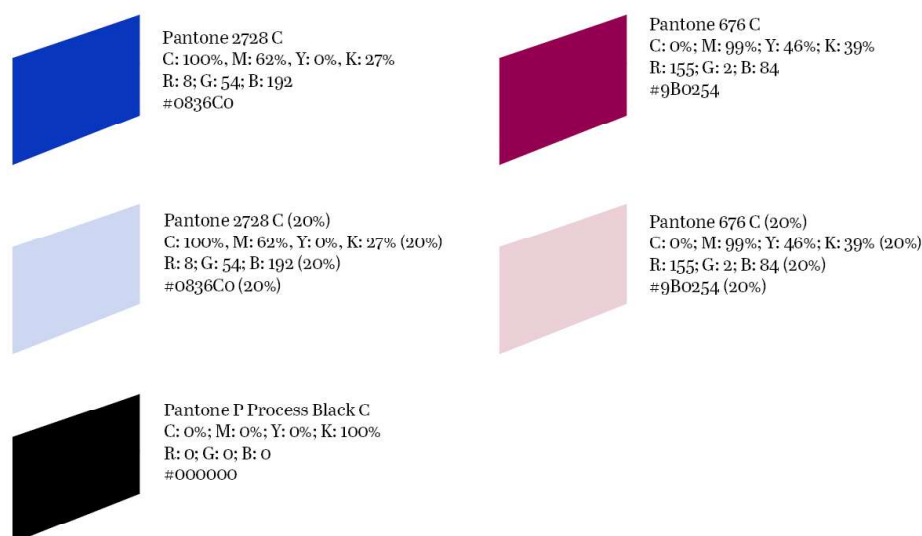


Figura 287 — Paleta de cores utilizada no jornal impresso Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.4.5 Proposta de publicação – Jornal

Segundo Caldwell e Zappaterra (2014), a capa de uma publicação permite captar a atenção do leitor para ler as páginas seguintes, principalmente se a sua estrutura for facilmente reconhecível pelo público logo a partir da primeira página, quando acompanhada por um bom sistema de navegação entre páginas e as suas características confirmam um determinado ritmo ao jornal.

Quanto à primeira página do novo projeto gráfico do Ensino Magazine, em primeiro lugar foi necessário a criação de um cabeçalho com as primeiras páginas dos suplementos, notícias e informações sobre o jornal, para depois proceder à criação das chamadas de capa. Com uma grelha de cinco colunas, o cabeçalho tem como tamanho de mancha tipográfica 264 x 54,328 mm.

A marca gráfica estará sempre posicionada à esquerda, as notícias ocupam entre uma a duas colunas, de maneira a manter o projeto gráfico fiel ao original. Abaixo, encontra-se uma linha com as informações do jornal, composta com a fonte Abril Text, com o diretor fundador, ano desde a criação, número, diretor e assinatura anual a regular, e as restantes a bold. A separação do cabeçalho da restante primeira página é realizada através de uma linha em branco (Figuras 288 e 289).

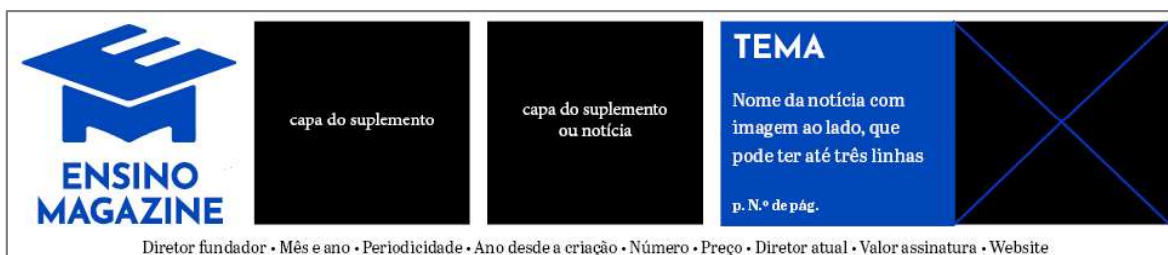


Figura 288 — *Layout* desenvolvido para a composição do cabeçalho do projeto gráfico do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 289 — *Layout* do cabeçalho desenvolvido para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

No que diz respeito às chamadas de capa, procurou-se manter o número de notícias em relação ao projeto original, embora com uma hierarquia visual diferente.

Assim, na primeira página, a notícia principal é apresentada através de um grande destaque com recurso a uma imagem distribuída pelas cinco colunas disponíveis e de um título com 48 pts e o parágrafo inicial da entrevista. Abaixo, encontram-se as restantes notícias, a mais importantes destacadas através de um retângulo azul com o tema e o título da notícia, enquanto as notícias menos importantes contêm apenas o título composto a azul. Por fim, a publicidade está localizada na parte de baixo da primeira página (Figura 290).



Figura 290 — *Layout* da primeira página desenvolvida para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Seguindo exatamente a mesma estrutura do projeto original, o jornal inicia-se com a seção “Publicidade”, seguido da seção “Entrevista”. Devido às características da escolha tipográfica, como a fonte, tamanho, *tracking* e *kerning*, foi possível mover a “cara da notícia”, ou autor do texto para cima do seu início. Esta parte do texto e a entrevista em si encontram-se separadas por uma linha, tal como ocorre nos outros artigos do projeto gráfico criado para o Ensino Magazine.

Foi também possível dinamizar o texto, através do uso de uma capitular a ocupar quatro linhas de texto, a combinação de uma fonte não serifada e serifada, bem como o uso de citações através de destaques a azul. Assim, é possível para a

notícia ganhar o destaque que necessita, fator que não ocorre no projeto original (Figura 291).

Nuno Dias da Silva

No rescaldo dos distúrbios que abalaram a capital, José Manuel Anes mostra-se apreensivo com o crescimento da criminalidade juvenil e defende o reforço de meios e uma melhor preparação dos agentes policiais em bairros problemáticos. O criminalista acredita que a reintrodução do Serviço Militar Obrigatório possibilitaria recuperar os valores da «disciplina, organização e rigor» que se perderam entre os jovens.

Os distúrbios ocorridos na Grande Lisboa, nos últimos dias de outubro, prolongaram-se por uma semana. Estes acontecimentos reforçaram, junto das populações, a percepção de um aumento da insegurança?

Infelizmente, sim. É certo que se tratou de um fenómeno localizado, mas as imagens que as televisões transmitiram acabaram por propagar, a outras zonas, o sentimento de insegurança. Mas é preciso sublinhar que estamos a falar de um número residual de pessoas nesses bairros e não de toda a população, que é na sua esmagadora maioria gente honesta e trabalhadora. É bom que a opinião pública tenha isto em consideração.

Foram escassas as detenções, mas ficou a ideia que os organizadores dos descalotes foram, na sua maioria, jovens...

Os envolvidos pertencem a gangues e outros movimentos extremistas, alguns com características próprias de crime organizado, provocando destruição e violência. Estas situações têm na sua génese condições sociais

deploráveis, mas isto não desculpa biliza essa juventude radical e perigosa. A polícia tem de atuar junto destes grupos. Enquanto isso, a regra universal passa por minimizar as tensões que existem nesses bairros, dando condições sociais às populações. Esta é a chave para que elas não acompanhem os comportamentos e as manifestações dos grupos mais radicais. Mas também é preciso promover o diálogo entre as comunidades e associações desses bairros. Os americanos chamam a isto «battle for hearts and minds» (batalha pelas mentes e corações).

“Veja-se o caso, a título de exemplo, da Câmara Municipal de Oeiras. Há muito tempo que o presidente isaltino de Moraes promove uma política social empenhada e muito próxima destas comunidades e com esta forma de estar conquistou as populações. E não basta ser simpático, é preciso dar coisas concretas que concorram para a melhoria das condições de vida das populações.”

José Manuel Eanes

Figura 291 — Autor do texto, capitular, perguntas de entrevista, corpo de texto e citação destacada com nome do autor. (Fonte: Autora, 2025).

Após a entrevista, a próxima seção é a “Universidade”, que começa na página 5. Durante a composição do *layout* da página, verificou-se que sobriariam demasiados espaços em branco, pelo que foi possível alterar a disposição das notícias, colocar pelo menos um a dois destaques em cada uma, e até mesmo aumentar as imagens, de forma a deixar estas notícias mais visualmente apelativas. Estas opções foram também consideradas nas páginas das seções “Universidade e “Politécnico” (Figuras 292 e 293).

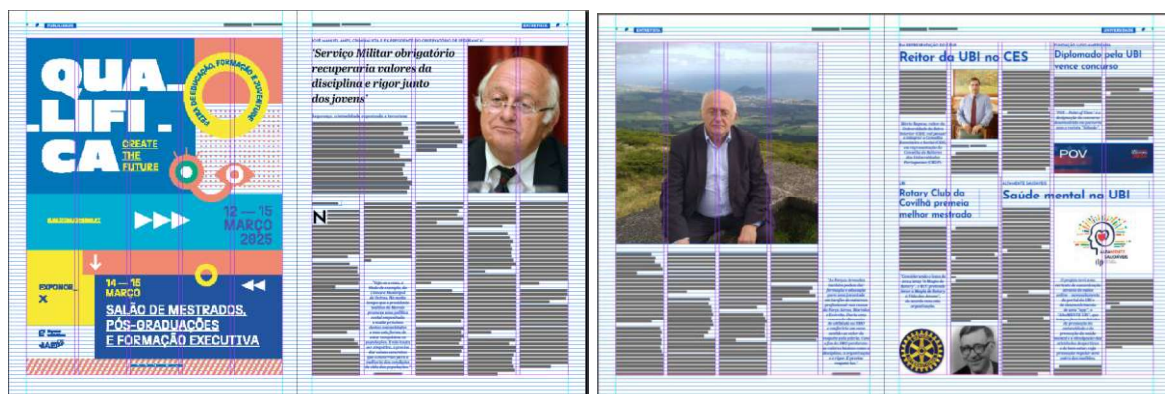


Figura 292 — Páginas 2, 3, 4 e 5 das seções “Publicidade”, “Entrevista” e “Universidade”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 293 — Páginas 6, 7, 8 e 9 das seções “Universidade” e “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).

Com a utilização deste *layout* na seção “Politécnico”, verifica-se que cada notícia é destacada através dos seus elementos, nomeadamente a imagem e olho. Para as notícias que ocupam apenas uma coluna, considerou-se adequado colocá-las numa caixa com o azul definido para o Ensino Magazine a 20%, de forma que estas notícias não sejam esquecidas pelo leitor (Figuras 294 a 296).



Figura 294 — Páginas 10, 11, 12 e 13 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 295 — Páginas 14, 15, 16 e 17 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 296 — Páginas 18 e 19 da seção “Politécnico”. (Fonte: Autora, 2025).

Nas seções “Opinião” (dividida em “Crónica Salamanca”, “Editorial” e “Primeira Coluna”) e “Motor”, todas os artigos iniciam-se com uma capitular, bem como uma fotografia do autor da crónica, bem como o nome, que se encontra a negrito, e função e email do autor (caso existam), embora com menor peso tipográfico (Figura 297). Nesta seção, encontra-se também a ficha técnica do jornal, dentro de uma caixa azul correspondente à cor definida para o Ensino Magazine (Figura 298). Os títulos mantêm a estrutura das outras seções.



Figura 297 — Páginas 20 e 21 da seção “Opinião”. (Fonte: Autora, 2025).

Edição
RVJ - Editores, Lda.

Grafismo
Rui Salgueiro | RVJ - Editores, Lda.

Secretariado
Francisco Carrega

Relações Públicas
Carine Pires - carine@rvj.pt

Designers
André Antunes
Carine Pires

Colaboradores: Agostinho Dias, Albertino Duarte, Alice Vieira, Antonieta Garcia, António Brauns, António Trigueiros, António Reis, António Heslinha, Ana Castel Branco, Ana Caramona, Ana Rita Garcia, Artur Jorge, Belo Gomes, Carlos Correia, Carlos Ribeiro, Carlos Semedo, Cecília Maia Rocha, Cristina Mota Saraiva, Cristina Ribeiro, Daniel Trigueiros, Dinis Gardete, Deolinda Alberto, Ernesto Candeias Martins, Fernando Raposo, Florinda Baptista, Francisco Abreu, Guilherme Lemos, Gaça Fernandes, Helena Meneses, Helena Mosquita, Hugo Rafael, Joana Mota (grafismo), Joaquim Cardoso Dias, Joaquim Serrasqueiro, Joaquim Bonifácio, Joaquim Moreira, João Camilo, João Gonçalves, João Pedro Luz, João Pires, João de Sousa Teixeira, João Vesso (fotografia), Joaquim Fernandes, Jorge Almeida, Jorge Fraqueiro, Jorge Oliveira, José Carlos Moura, José Carlos Reis, José Furtado, José Relvas, José Júlio Cruz, José Pires, José Pedro Reis, Jureca (cartoon), José Rafael, Lúcia Barata, Luís Biscaia, Luís Costa, Luís Lourenço, Luís Dinis da Rosa, Miguel Magalhães, Miguel Resende, Maria João Leitão, Maria João Guardado Moreira, Natyvidade Pires, Nuno Almeida Santos, Pedro Faustino, Ricardo Nunes, Rui Salgueiro, Rute Felgueiras, Sandra Nascimento (grafismo), Sérgio Pereira, Susana Rodrigues (U. Evora) e Valter Lemos.

Estêtufo editorial em www.ensino.eu
Contabilidade: Mário Rui Dias

Propriedade:
RVJ - Editores Lda.
NIF: 509239343
Gerência: João Carrega, Vítor Tomé e Rui Rodrigues (acionistas com mais de 10% do Capital Social)

Assinantes: 15.240/Ano
Empresa Jornalística n.º 234510
Av. do Brasil, 4 r/c Castelo Branco
Branco 6800-077
Tiragem: 30.000 exemplares

Impressão: Jornal Reconquista - Zona Industrial - 6000 Castelo Branco

Publicação Periódica n.º 121011
Dep. Legal n.º 120847/98

Redação, Edição, Administração
Av. do Brasil, 4 R/C
6000-077 Castelo Branco
Telef: 272 224 645 | Telex: 965 315 233
www.ensino.eu | ensino@rvj.pt

Director Fundador
João Ruivo - ruivo@rvj.pt

Director
João Carrega - carrega@rvj.pt

Editor
Vítor Tomé - vitor@rvj.pt

Editor Gráfico
Rui Rodrigues - ruimiguel@rvj.pt

Castelo Branco: Tiago Carvalho
Guarda: Rui Agostinho
Covilhã: Mariana Ribeiro
Viseu: Luís Costa, Cecília Matos
Portalegre: Maria Batista
Évora: Noémi Marujo noemi@rvj.pt
Lisboa: Jorge Azevedo jorge@rvj.pt
Nuno Dias da Silva
Paris: António Natário
Amsterdã: Marco van Eijk

Figura 298 — Caixa de destaque desenvolvida para a ficha técnica da edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Após esta seção, surge a segunda entrevista do jornal, que mantém exatamente o modelo da primeira entrevista, embora com imagens em tamanho maior devido à redução do tamanho do texto. Já na seção “Propostas”, que agora utiliza cinco colunas em vez das quatro utilizadas no projeto original, foi possível à notícia “Livros & Leituras” ganhar mais espaço e, consequentemente, mais destaque.

A subsecção “Pela objetiva de J. Vasco” é composta apenas com uma citação destacada, enquanto as subsecções “Bocas do Galinheiro” e “Cultura” ganham também peso visual através do uso de destaques com texto e imagem (Figura 299).

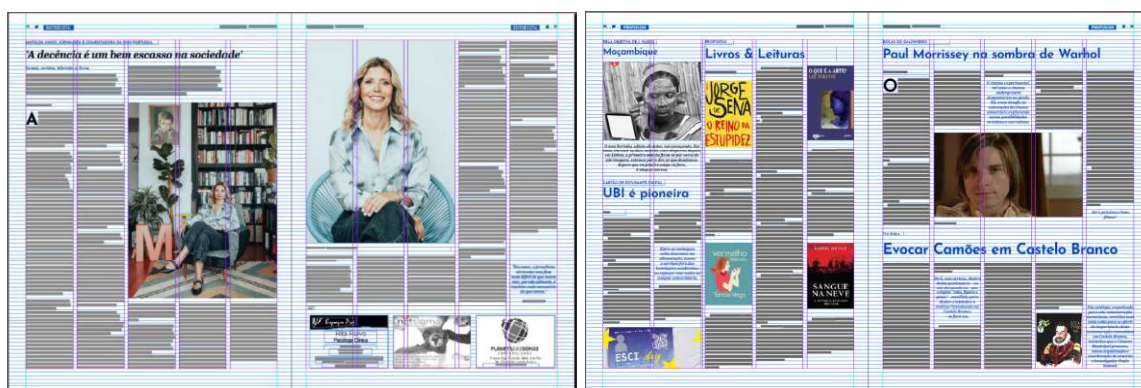


Figura 299 — Páginas 22, 23, 24 e 25 das seções “Entrevista” e “Propostas”. (Fonte: Autora, 2025).

Por fim, as seções “Unesco” e “Santander Universidades” mantêm as características das outras seções, o que lhes permite ganhar mais dinamismo ao longo da página. Os espaços em branco encontrados ao longo das seções permitem ao texto “respirar” e fazer com que o Ensino Magazine se assemelhe ao formato de revista, enquanto mantém as características de um jornal (Figuras 300 e 301).



Figura 300 — Páginas 26, 27 e 28 das seções “Unesco”, “Motor”, “Santander Universidades” e “Última”. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 301 — Mockup da primeira página e layout desenvolvidos para o jornal Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.4.6 Proposta de publicação – Suplemento

O suplemento Ensino Magazine Jovem segue a mesma estrutura, formato e sistema de grelha do jornal Ensino Magazine, exceto a cor e a primeira página. Este suplemento é composto por 4 páginas: primeira página, duas páginas reservadas a notícias e uma página reservada a publicidade.

Ao contrário da primeira página do jornal principal, a imagem da primeira página do Ensino Magazine Jovem ocupa completamente a página, sendo o elemento principal. A marca gráfica do suplemento localiza-se à direita, bem como informações como o mês e ano da publicação, o preço e link do *website* Ensino Magazine. À esquerda, encontra-se o título da entrevista a 48 pts. e, abaixo, um subtítulo a 11 pts. As três chamadas de capa encontram-se dispostas no canto inferior direito destacadas com o grafismo do Ensino Magazine, de maneira ascendente, de forma a ser possível criar uma hierarquia visual coerente entre as duas publicações (Figura 302).



Figura 302 — Layout criado para a primeira página do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

Quanto ao miolo do suplemento, a primeira página é sempre ocupada com uma entrevista. A seção “Entrevista” contém uma imagem, informação sobre o entrevistado, uma capitular a iniciar a entrevista e citações destacadas, se necessário. A página seguinte tem as seções “Top 10 Álbuns e Singles” ocupa apenas uma coluna, com as seções “Cinema”, “Game”, “Gadgets” e “Publicidade” a ocupar duas colunas. Estas seções apresentam as imagens, sempre que possível, com figuras da biblioteca de grafismos, de forma a diferenciar a imagética

da publicação principal. A última página do suplemento contém uma publicidade a ocupar toda a página (Figuras 303 e 304).

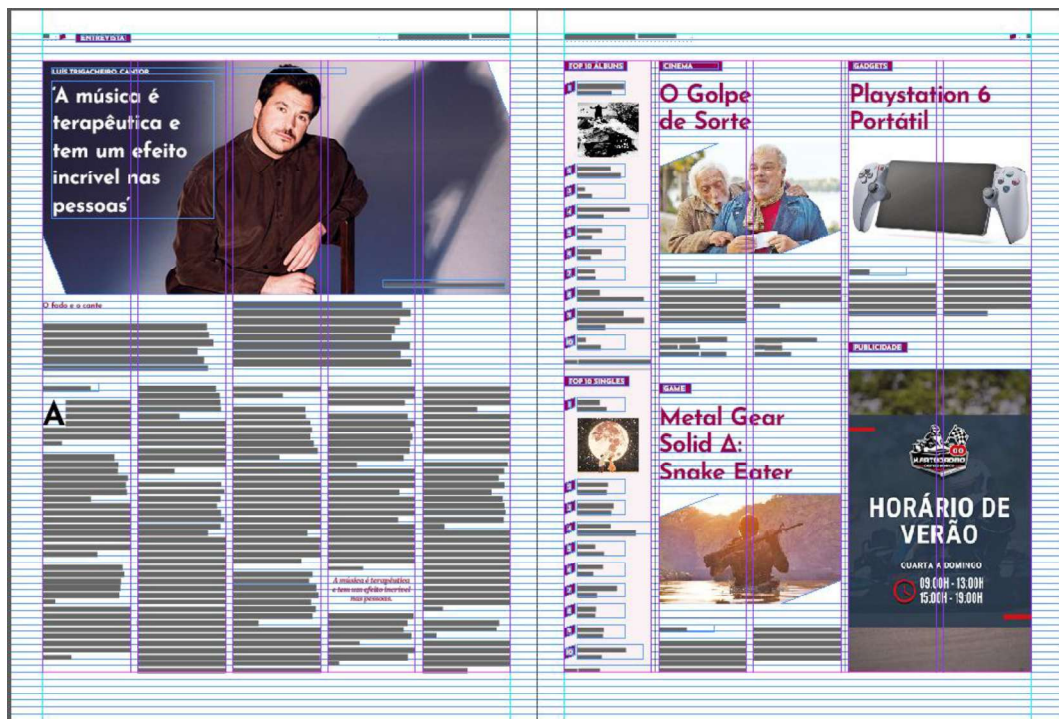


Figura 303 — *Layout* criado para o miolo do suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 304 — *Mockup* da primeira página e *layout* desenvolvidos para o suplemento Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

Quanto aos suplementos universitários, estes seguem todas as regras definidas para o jornal (Figuras 305, 306 e 307).



Figura 305 — Layout criado para a primeira página do suplemento universitário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 306 — Layout criado para o miolo do suplemento universitário do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).






Figura 307 — *Mockup* da primeira página e *layout* desenvolvidos para o suplemento do Instituto Politécnico de Portalegre. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.5 Newsletter

Como elemento de comunicação do Ensino Magazine, foi desenvolvido um novo *layout* para a *newsletter* baseado no novo projeto gráfico do jornal, que poderá ser enviada semanal ou mensalmente para os leitores do Ensino Magazine, consoante as notícias que sejam publicadas pelo Ensino Magazine.


A *newsletter* tem como tamanho 1920 x 4981,17 pixels e margens de 54 x 94 pixels. Apresenta um cabeçalho com a marca gráfica do jornal, duas notícias com destaques baseadas nos *templates* para as redes sociais, e ainda o *website* e data em que é enviada. As demais notícias estão separadas por retângulos azuis e lilás, tal como ocorre no projeto gráfico, para delimitar os temas do Politécnico e Universidade. Estas notícias podem ocupar até ao máximo de 6 linhas por retângulo. Caso a *newsletter* apresente três temas, este tema será delimitado por um quadrado branco com letras azuis, de modo a manter o dinamismo da comunicação visual. Por fim, o rodapé contém as redes sociais do Ensino Magazine e algumas informações como o email para qual a comunicação foi enviada e o ano em que a *newsletter* foi produzida (Figura 308).




Newsletter • www.ensino.eu

ÚLTIMAS NOTÍCIAS 6 jun. 2025


UNIVERSIDADE
Universidade de Évora: Nova vice-reitora toma posse




UNIVERSIDADE
UBI cria centro para promover cultura científica




UNIVERSIDADE
Universidade da Madeira lança pós-graduação em Comunicação Digital




UNIVERSIDADE
CESPU: Projeto "Universitários contra o cancro" leva prevenção e dicas de alimentação às escolas




POLITÉCNICO
IPCB: Biblioteca Central ganha novos equipamentos




POLITÉCNICO
Politécnico de Lisboa: ISCAL assinalou 266 anos da aula do Comércio




POLITÉCNICO
Docente do IPCA escolhido para Coordenador Técnico nacional da FPF




POLITÉCNICO
Politécnico de Santarém recorda Luís Cid: "Deixou uma marca na Instituição"



POLITÉCNICO
Politécnico de Coimbra critica Estado por não ceder edifícios para residências



POLITÉCNICO
Politécnico de Setúbal abre nova pós-graduação em Smart Transition in Tourism and Hospitality Management



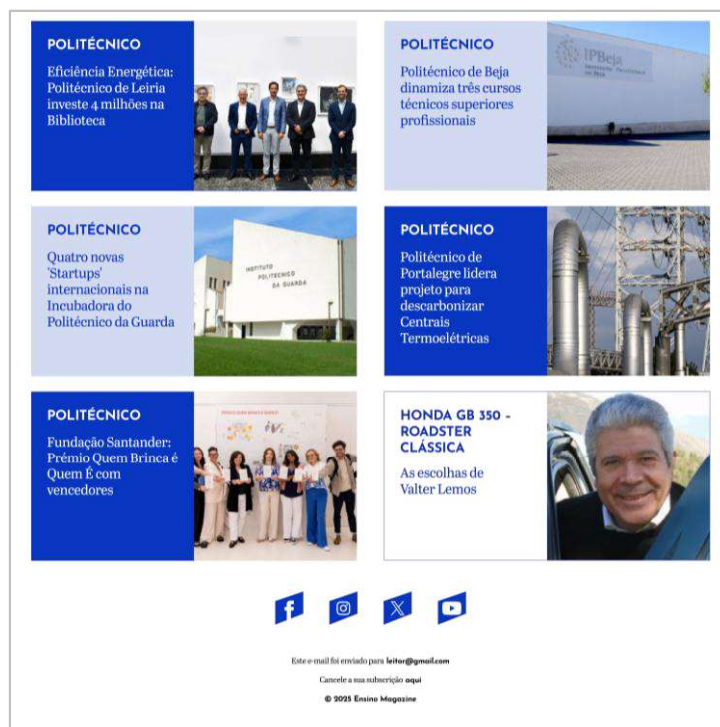


Figura 308 — Layout desenvolvido para a *newsletter* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.6 Website

No que toca ao *website* do Ensino Magazine, optou-se por manter praticamente todo o *layout* já existente, embora com a integração de características do projeto gráfico criado pela mestrandia, como as cores e as fontes tipográficas.

Para tal, foi desenvolvido apenas um conjunto de páginas para apresentar estas diferenças: Página inicial, Menu, Seção, Subseção, *Newsletter* e uma notícia de ambos Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem (Figuras 309 a 315). Quanto ao menu, escolheu-se a cor que é utilizada no projeto gráfico com apenas uma coluna, de forma a tornar todas as páginas mais leves. Adicionou-se também botões e aumentou-se o tamanho das fontes tipográficas para facilitar a leitura das mesmas.

Na página inicial, optou-se por intercalar a publicidade com as notícias existentes, para evitar a monotonia dos elementos. A posição do menu numa página completa em vez de um menu em cascata deve-se ao facto de existirem seções no projeto original que não conseguem ser visualizadas devido à sua altura excessiva. A conjugação de cor e imagética permitem aos elementos serem mais apelativos, enquanto as notícias já são apresentadas em tamanho maior, o que facilita a leitura.

Por fim, o *pop-up* da *newsletter* foi também renovado com as características do projeto gráfico, com o botão “Assinar” com o mesmo estilo das caixas de cor (Figura 316).

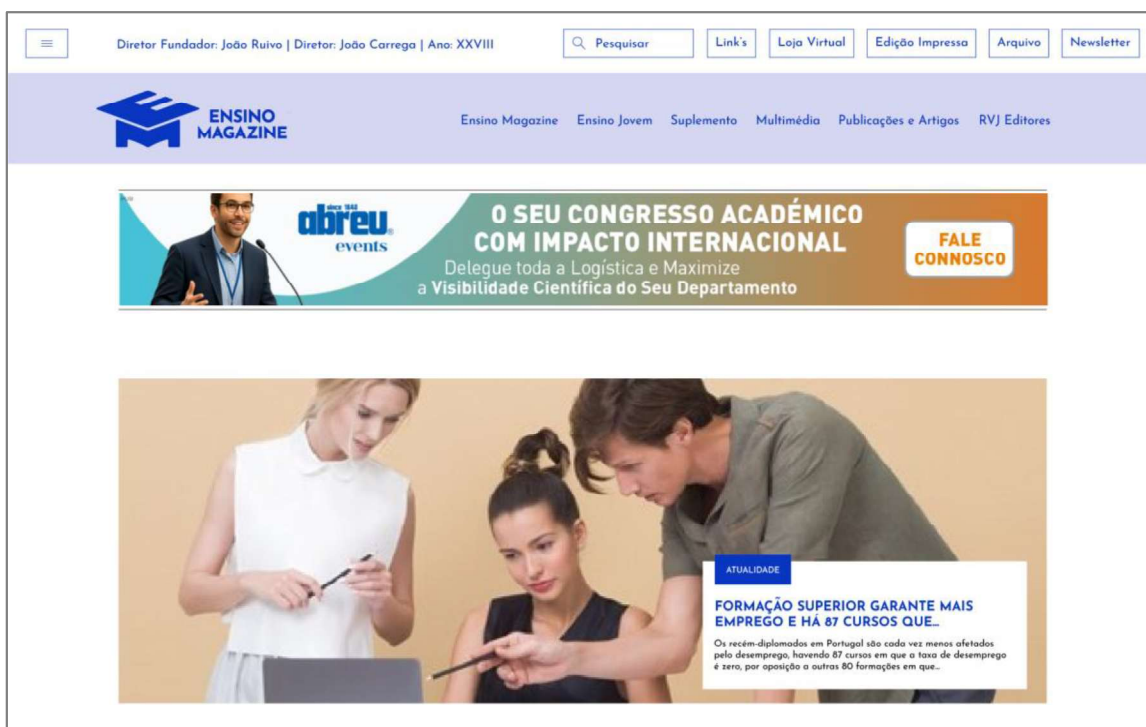


Figura 309 — Primeira parte da página inicial desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 310 — Uma parte da página inicial desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

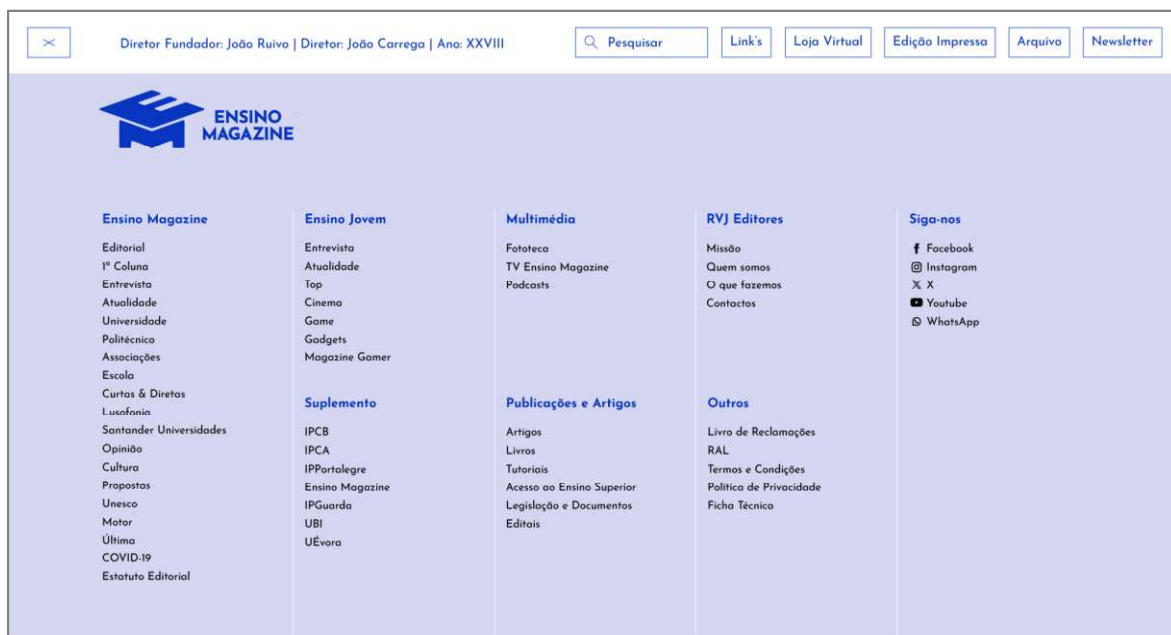


Figura 311 — Página “Menu” desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

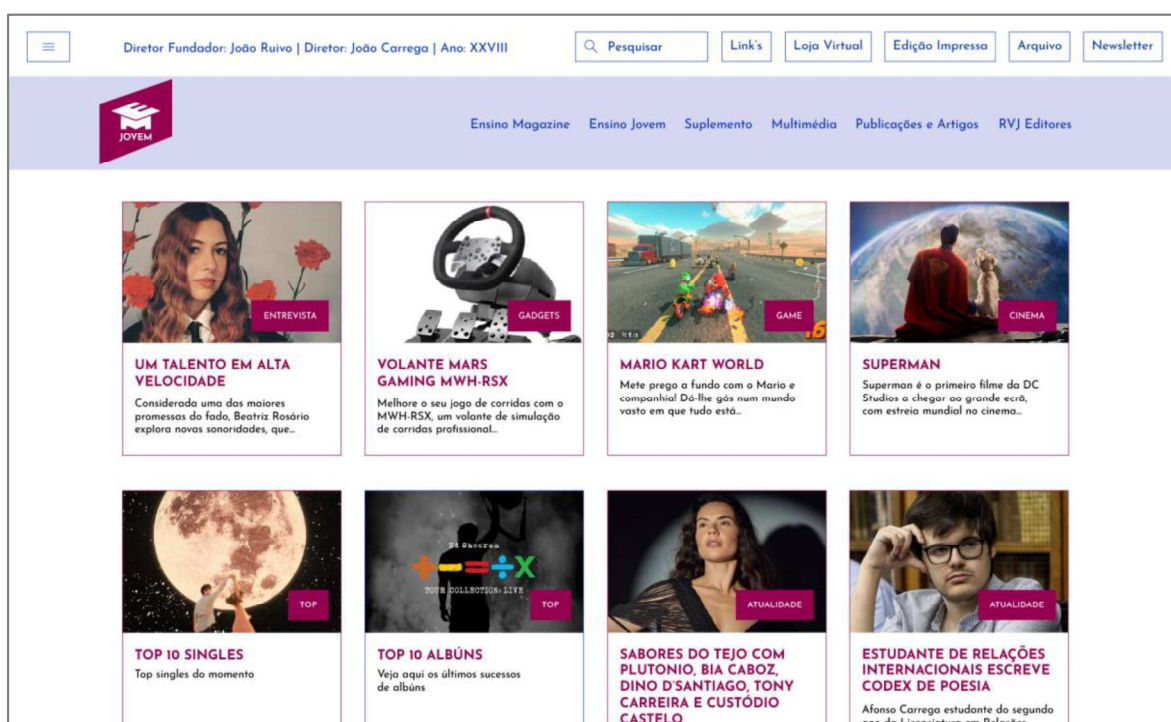


Figura 312 — Página “Ensino Jovem” desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

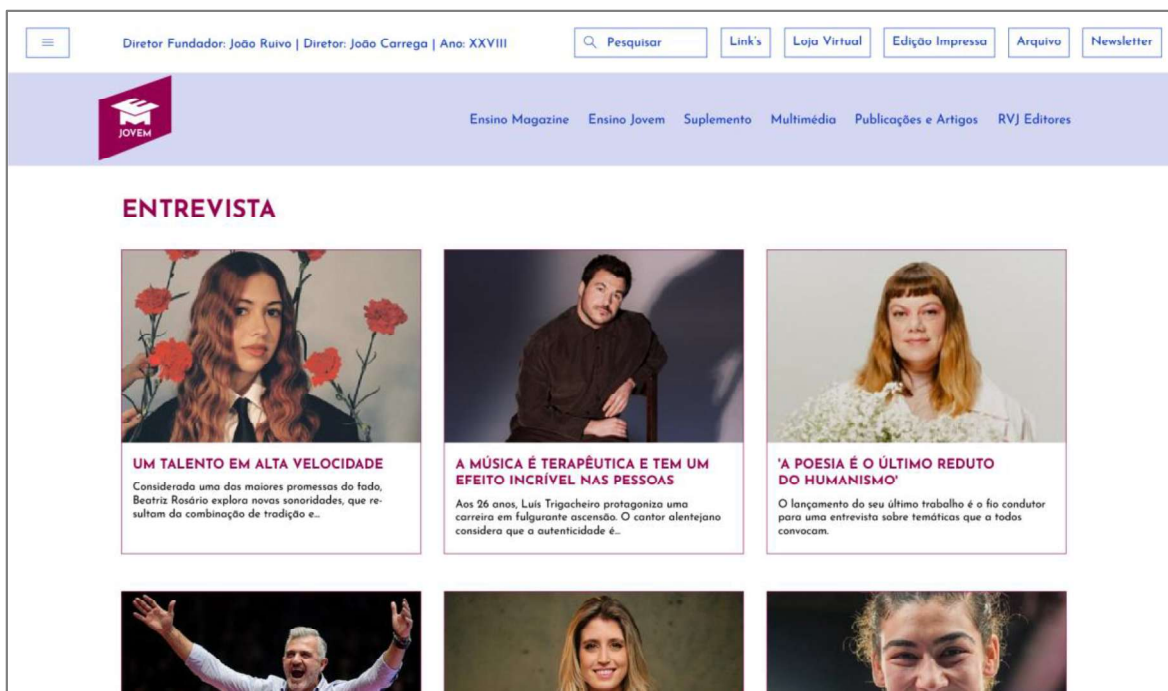


Figura 313 — Página “Entrevista” desenvolvida para o website do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

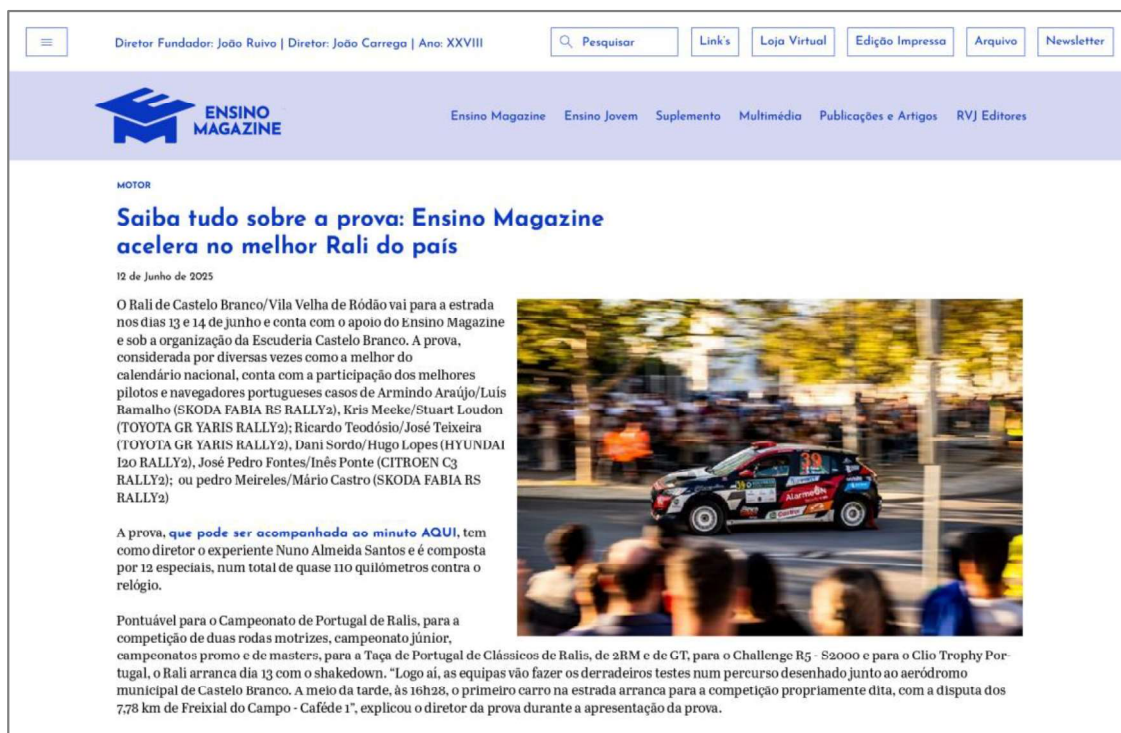


Figura 314 — Página “Saiba tudo sobre a prova: Ensino Magazine acelera no melhor Rali do país” desenvolvida para o website do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

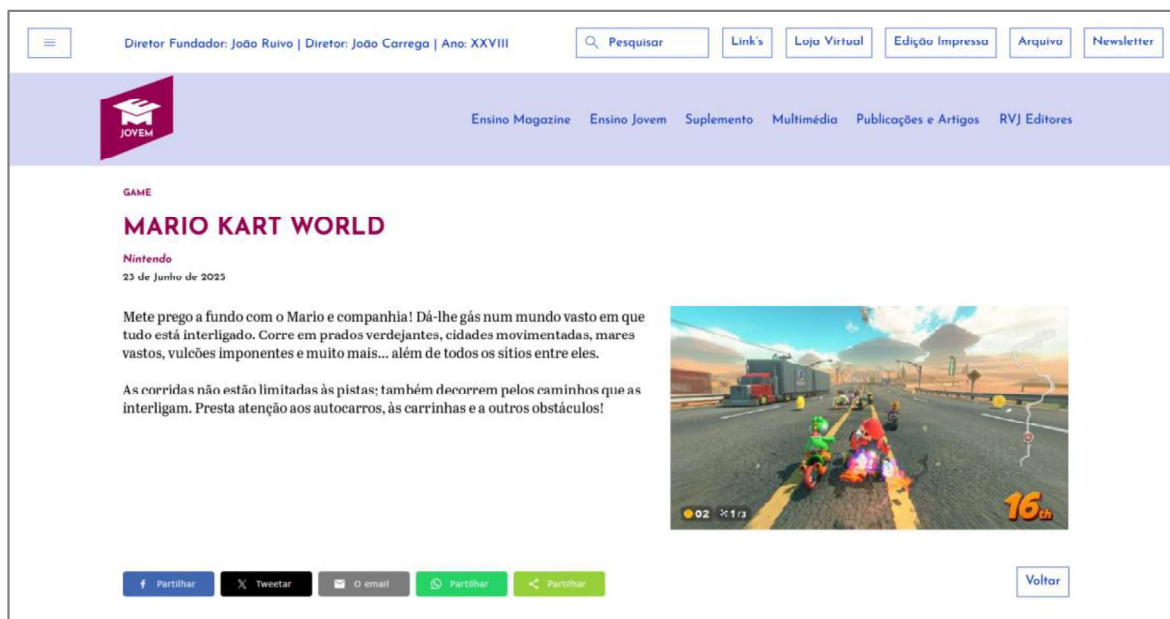


Figura 315 — Página “Mario Kart World” desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

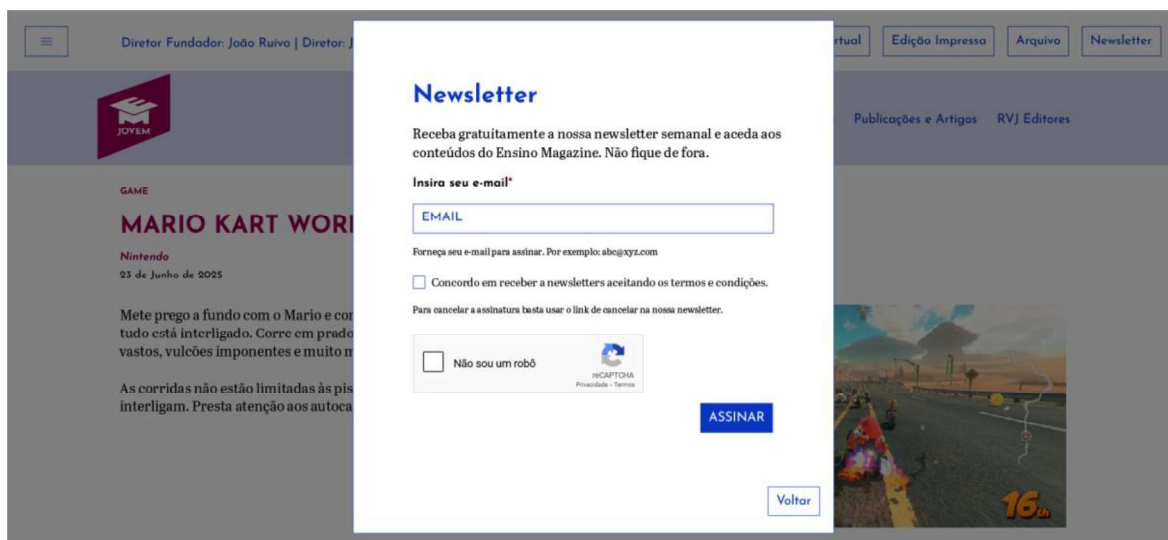


Figura 316 — Página “Newsletter” desenvolvida para o *website* do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

3.5.3.7 Templates para redes sociais

Quanto às redes sociais do Ensino Magazine, foram elaborados *templates* de publicações para o Facebook, Instagram e Youtube, cujas publicações incidem sobre notícias publicadas pelo jornal. Os *templates* apresentam um espaço para a

imagem da notícia, a cor do jornal ou suplemento, tema e título da notícia, de forma a serem facilmente reconhecíveis pelo público.

As publicações para o Facebook e Instagram apresentam um tamanho de 1080 x 1080 pixels (Figuras 317 a 320), enquanto para o Youtube as publicações têm um tamanho de 1920 x 1080 pixels (Figuras 321 a 324). Desta forma, o *layout* das publicações aparece de forma integral em miniaturas exibidas nos *mockups* das redes sociais, o que permite ao público associá-las à marca do Ensino Magazine e Ensino Magazine Jovem.

Estes *templates* são, também, utilizados nas notícias do cabeçalho da *newsletter* do Ensino Magazine, de forma a conferir destaque.

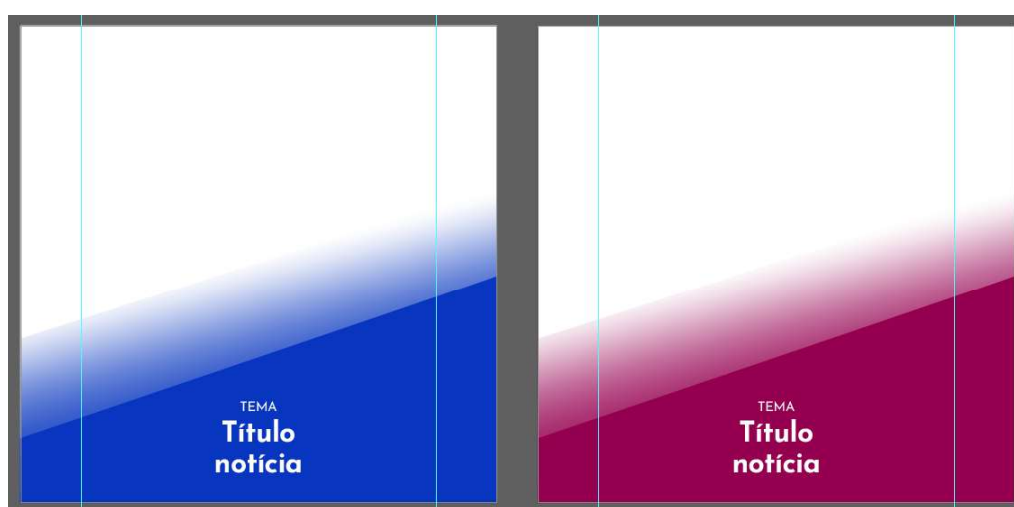


Figura 317 — *Layout* desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para as redes sociais Facebook e Instagram. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 318 — Exemplo do uso do *layout* desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para as redes sociais Facebook e Instagram. (Fonte: Autora, 2025).

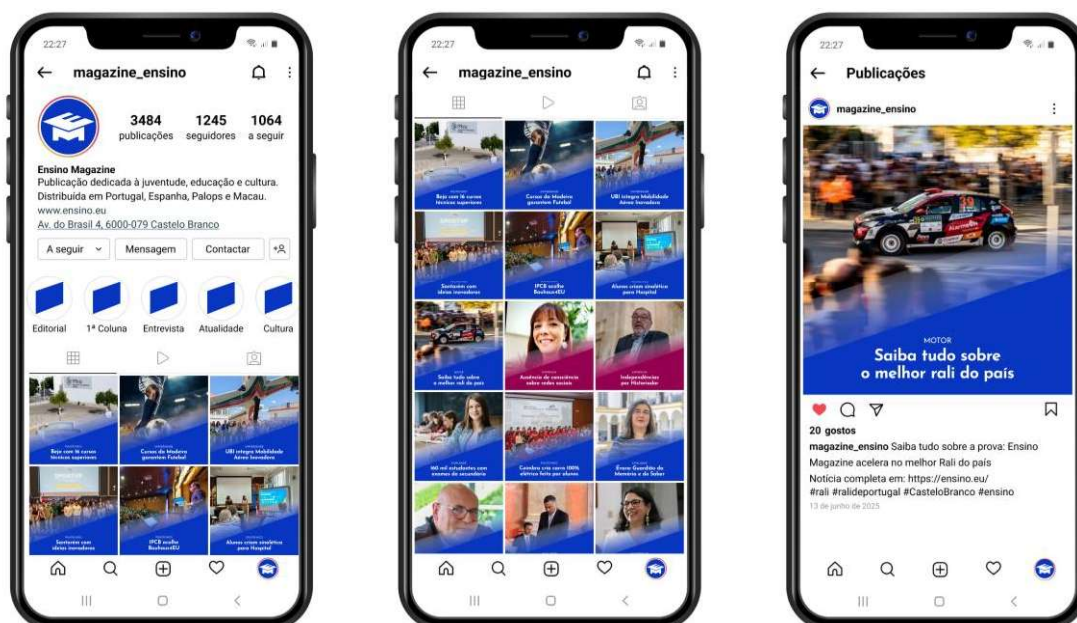


Figura 319 — *Mockup* do *layout* desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Instagram. (Fonte: Autora, 2025).

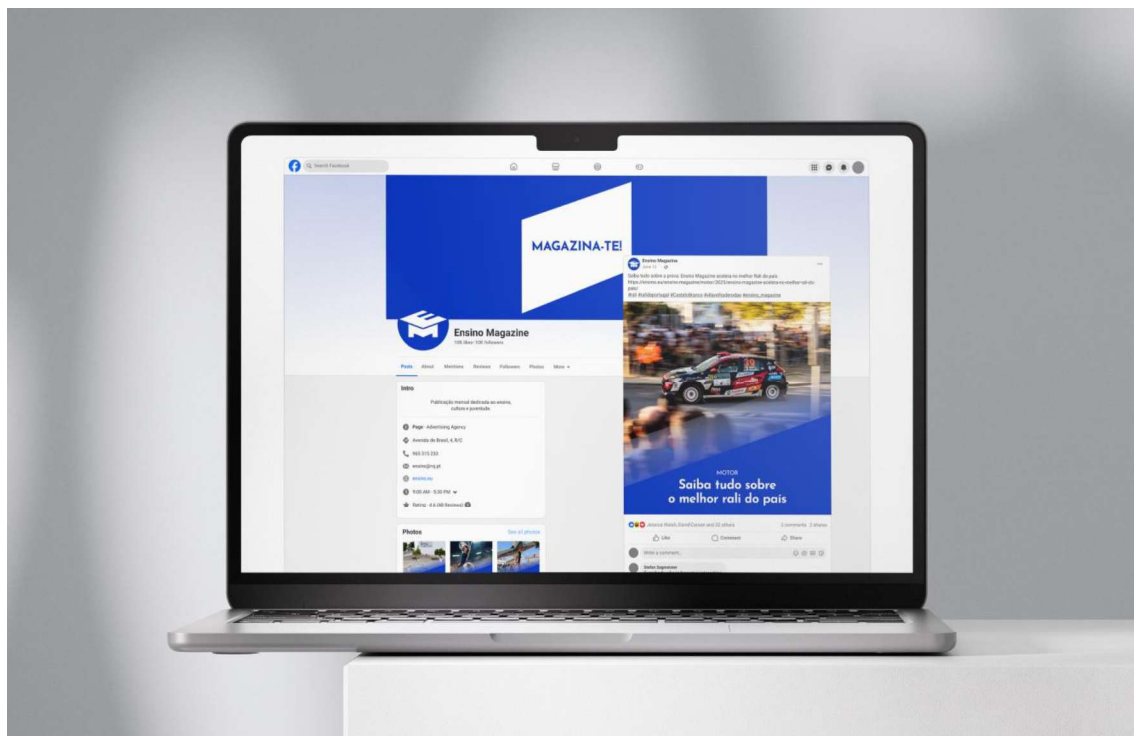


Figura 320 — *Mockup do layout desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Facebook.* (Fonte: Autora, 2025).

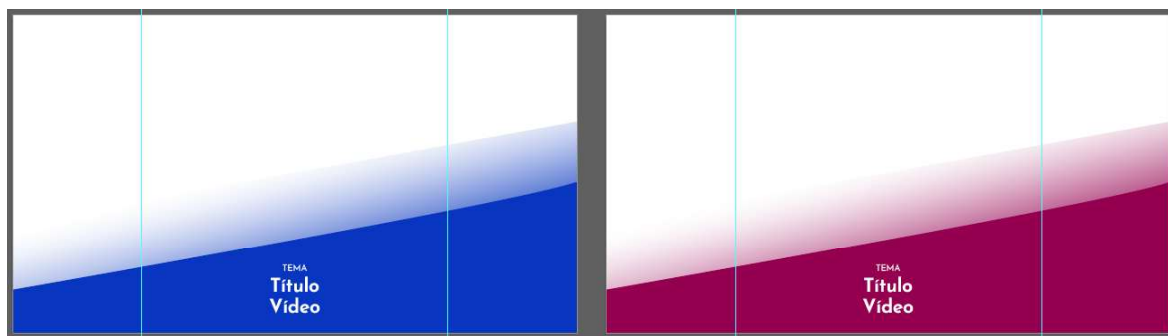


Figura 321 — *Layout desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube.* (Fonte: Autora, 2025).

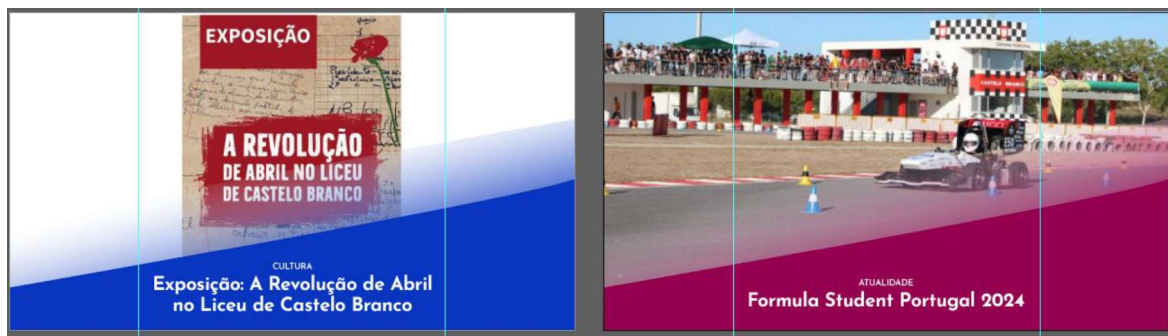


Figura 322 — Exemplo do uso do *layout* desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube. (Fonte: Autora, 2025).

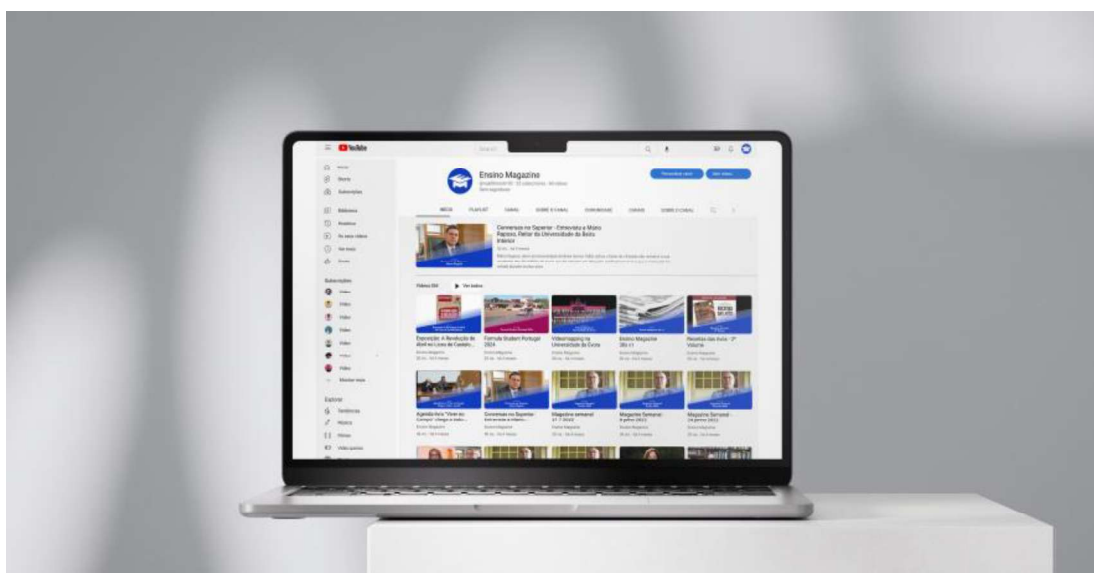


Figura 323 — *Mockup* do *layout* desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube na versão *desktop*. (Fonte: Autora, 2025).

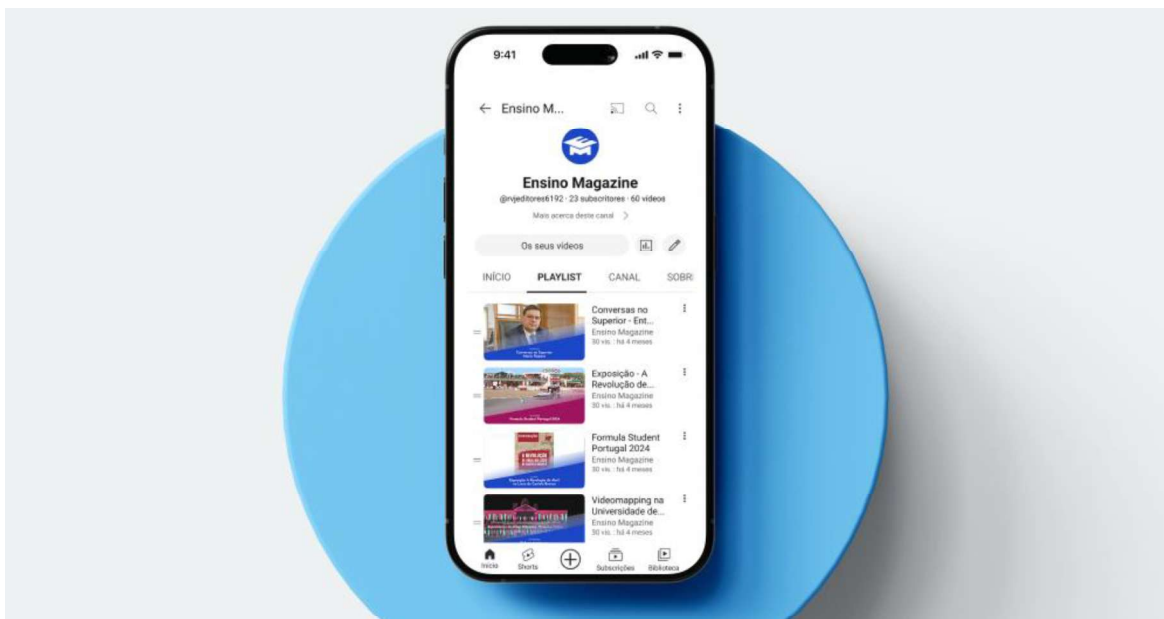


Figura 324 — *Mockup do layout desenvolvido para as publicações do Ensino Magazine para a rede social Youtube para a versão móvel.* (Fonte: Autora, 2025).

3.5.4 Questionário referente à nova marca gráfica e novo projeto gráfico

Para compreender a receção do projeto perante os leitores e não-leitores do Ensino Magazine, foi elaborado um segundo questionário no Google Forms, de forma a avaliar e validar o projeto gráfico criado pela mestranda.

De 8 a 24 de julho de 2025, 57 pessoas responderam ao questionário composto por 59 perguntas, onde a maioria dos inquiridos têm entre 18 a 25 anos. Quanto à situação escolar, a maioria dos inquiridos respondeu que era estudante universitário.

Quanto ao nível de escolaridade, a maioria dos inquiridos completaram o ensino secundário e a segunda maioria completou a licenciatura. Quanto ao terem contacto com o Ensino Magazine, 28 inquiridos (49,1%) responderam que sim, enquanto 29 (50,9%) responderam que não.

Verifica-se, assim, que a maioria dos inquiridos são estudantes universitários, no entanto, nem todos leem o Ensino Magazine, sendo a amostra viável para o estudo. A tabela 3 apresenta a classificação do projeto gráfico atual do Ensino Magazine e do projeto gráfico criado pela mestranda, de acordo com a seguinte ponderação: 1 “Pouco desadequado” e 5 “Totalmente adequado”.

Tabela 3 — Classificação do projeto já existente no jornal e do projeto gráfico criado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

	Original	Projeto
Marca gráfica do Ensino Magazine	2.86	4.23
Marca gráfica do Ensino Magazine Jovem	2.56	4.05
Aspeto gráfico – primeira página do Ensino Magazine	2.79	4.42
Aspeto gráfico – secção “Entrevista”	2.86	4.49
Aspeto gráfico – secção “Universidade”	2.86	4.26
Aspeto gráfico – secção “Cultura”	2.68	4.54
Aspeto gráfico – primeira página do Ensino Magazine Jovem	2.88	4.28
Aspeto gráfico – Ensino Magazine Jovem	2.72	4.63
Aspeto gráfico – Website	2.79	4.40
Aspeto gráfico – Newsletter	2.72	4.39
Média	2.77	4.36

Com esta tabela, verifica-se que o projeto original obtém uma classificação inferior ao projeto gráfico desenvolvido pela mestranda.

Quanto à proposta resolver os aspetos apontados na seção anterior, os dados podem ser agrupados na tabela 4, encontrada na seguinte linha:

Tabela 4 — Percentagem relativamente à resolução dos aspetos apontados na seção anterior com o projeto gráfico criado pela mestranda. (Fonte: Autora, 2025).

	Sim	Não
Marca gráfica do Ensino Magazine	75,4%	24,6%
Marca gráfica do Ensino Magazine Jovem	64,9%	35,1%
Aspeto gráfico – primeira página do Ensino Magazine	80,7%	19,3%
Aspeto gráfico – secção “Entrevista”	77,2%	22,8%
Aspeto gráfico – secção “Universidade”	70,2%	29,8%
Aspeto gráfico – secção “Cultura”	82,5%	17,5%
Aspeto gráfico – primeira página do Ensino Magazine Jovem	75,4%	24,6%
Aspeto gráfico – Ensino Magazine Jovem	91,2%	8,8%
Aspeto gráfico – Website	75,4%	24,6%
Aspeto gráfico – Newsletter	82,5%	17,5%
Média	77,5%	22,4%

Com estes dados, verifica-se que a grande maioria dos utilizadores concorda que o projeto resolve os problemas apontados. Quanto à validação das propostas, a grande maioria dos inquiridos (94,7%) afirmou que começaria/continuará a ler o Ensino Magazine. Isto é um dado importante, pois no início do questionário 50,9% afirmou que não lia o jornal.

Em suma, verifica-se as propostas realizadas para o Ensino Magazine foram aprovadas pelos utilizadores, com a grande maioria dos inquiridos (acima de 70%) a não apresentar mais sugestões, o que significa que as propostas de design atendem às necessidades dos jovens universitários, e que seria possível angariar

mais leitores para o jornal. Os restantes resultados das perguntas podem ser consultados no Apêndice B.

3.5.5 Manual de identidade visual e livro de estilos

Após a validação da nova marca gráfica e do novo projeto gráfico (ver Apêndice C – Projeto gráfico), procedeu-se à criação de um manual de identidade visual, que tem como objetivo definir os usos corretos e incorretos das marcas gráficas nos diversos suportes de comunicação a desenvolver. O manual de identidade visual contém informações sobre a marca e livro de estilos, considerando três capítulos: o primeiro menciona a missão, essência, visão e valores da marca, bem como a apresentação da marca. Já o segundo capítulo apresenta a identidade visual, versões da marca, família tipográfica e universo cromático, bem como as versões cromáticas, dimensões mínimas e margens de segurança e comportamentos sobre fundos de cor e fotográficos de cada versão e, por fim, os usos incorretos da marca.

Por fim, o terceiro capítulo, apresenta o livro de estilos do projeto gráfico, onde consta a grelha, cabeçalho, tipografia, cabeças das páginas, antetítulos e títulos, corpo de texto, intertítulo e olho, citações, capitulares e linha de créditos, destaque em caixas, biblioteca de formas, distâncias e divisores de artigos (ver Apêndice D – Manual de identidade visual e livro de estilos).

3.6 Síntese do capítulo

O estágio revelou ser uma mais-valia para o projeto desenvolvido devido ao facto de terem sido desenvolvidos quatro projetos de design editorial, que permitiram à mestranda consolidar capacidades nesta área.

Realizar um levantamento dos suportes e meios de comunicação e análise da marca já existentes foi também essencial para o projeto, de forma a determinar o que poderia ser melhorado, bem como a realização da análise SWOT e do perfil editorial, onde foi determinado que os jovens universitários são o público principal. O primeiro questionário também auxiliou nesta vertente, pois foi possível verificar o que os utilizadores pretendiam que fosse melhorado no jornal, sendo a marca gráfica e o aspeto gráfico do jornal os mais referidos.

Quanto ao projeto em si, foi essencial o desenvolvimento da personalidade da marca, *moodboard* e estudos da marca gráfica, de maneira a determinar a sua criação, que assentou no uso de um chapéu universitário por ser um símbolo facilmente associável e compreendido pelo público-alvo. Também foi necessário pensar nas cores a utilizar, pois estas transmitem emoções para o público, sendo estas cores um azul mais contemporâneo do que já é utilizado, bem como um magenta, que simbolizam a criatividade.

No desenvolvimento do projeto gráfico do jornal, foram realizados testes de composição, para verificar quais as cores, tipos e tamanhos de letra corretos a

utilizar, a aferição da grelha, essencial para realçar todos os conteúdos do jornal, e as funções do texto, de forma a determinar como seriam compostas. Foi também necessário intervir na *newsletter*, *website*, *templates* para redes sociais, para seguirem a mesma linha gráfica do jornal, e criar um manual de identidade visual e livro de estilos, que o jornal não tinha.

Por fim, foi elaborado um segundo questionário que permitiu validar o projeto gráfico pelos utilizadores.

Capítulo IV - Conclusão

4.1 Conclusões

O presente projeto resulta de um estágio na área do design de comunicação e editorial, duas áreas de interesse da mestranda. Este projeto assenta no redesign do jornal Ensino Magazine, que é distribuído a nível nacional e internacional, e que necessitava de uma actualização tanto ao nível de marca gráfica como do projeto gráfico, de forma a manter-se relevante para os jovens universitários.

Foi com base nesta problemática que foi elaborado o tópico investigativo, assente na criação de um novo projeto gráfico para fomentar a leitura do jornal Ensino Magazine neste público. Deste modo, foi necessário realizar o enquadramento teórico, de forma a definir o argumento e a metodologia de investigação, bem como os suportes e meios de comunicação usados pelo jornal, e como estes poderiam ser melhorados. Nesta fase exploratória, foi utilizada uma metodologia não-intervencionista, bem como o estudo de casos, que serviram de base para a investigação ativa.

A investigação ativa, no contexto em que se insere o estágio e na fase generativa, considera-se uma mais-valia para o projeto, pois para além da mestranda consolidar conhecimentos adquiridos ao longo do seu percurso académico, também compreendeu as especificidades projetuais necessárias para a investigação, desenvolvendo projetos do design de comunicação e design editorial.

Antes da realização do projeto gráfico em si, foi realizado o estudo de casos, focado em jornais do quotidiano, de forma a verificar como poderia ser possível atualizar o jornal Ensino Magazine. Além disso, foi elaborada uma análise SWOT e o perfil editorial do jornal. A definição da personalidade da marca e do *moodboard* serviram como ponto de partida para a elaboração do projeto gráfico e estiveram na base do levantamento de cores e elementos gráficos essenciais ao mesmo.

Seguiu-se a parte prática de elaboração do projeto gráfico, começando pelo redesign de ambas as marcas gráficas, renovadas com ícone (o chapéu universitário como elemento principal da marca) e cores contemporâneas, relacionadas com a juventude e o mundo universitário, de forma a cativar este público-alvo a ler o jornal. Pretendeu-se alargar esta abordagem ao jornal, ao suplemento e aos suportes e meios de comunicação digitais, de forma que o público pudesse associar facilmente todos os componentes da marca.

Quanto ao projeto gráfico, a definição do sistema de grelha, da mancha tipográfica, das funções do texto e de *layouts* revelaram-se essenciais ao seu desenvolvimento. Foi necessário o desenvolvimento de uma grelha que permitisse mais dinamismo à composição de imagens e texto, bem como a escolha de fontes com um desenho mais contemporâneo, associada à conjugação de duas fontes tipográficas (serifada para textos e não serifada para títulos) que conferiram mais

contemporaneidade e facilidade de leitura ao produto editorial. Para a cor, optou-se por integrar as cores já aplicadas na marca gráfica, bem como duas redes de cor para conferir destaque a caixas de textos que ocupassem apenas uma coluna, importante para evidenciar todos os conteúdos textuais.

Para definir o *layout* para o jornal principal e suplemento, foi necessário verificar o *layout* já existente e averiguar as suas necessidades. Assim, a proposta para o jornal é constituída por imagens maiores devido à compactação do texto, bem como de destaques textuais para que a leitura seja mais apelativa, enquanto no suplemento foi possível ter uma página apenas para a entrevista e outra para conteúdos de menor tamanho, porém com o mesmo destaque conferido à página anterior. Após o redesign do jornal e do suplemento, procedeu-se para os suportes e meios digitais, que seguiram a mesma linha gráfica. Considerou-se também necessária a realização de um manual de identidade visual e livro de estilos, devido ao facto de este não existir na publicação original e para permitir a paginação por outros designers.

Por fim, procedeu-se à fase avaliativa, constituída por um questionário referente ao novo projeto gráfico, de maneira a validá-lo perante os utilizadores. Este objetivo foi cumprido na sua plenitude, onde se realça que no início do questionário mais de metade dos inquiridos não lia o jornal, mas caso as propostas fossem implementadas, este número alcançaria quase 95% dos inquiridos. Este fator demonstra que a mudança de marca e projeto gráfico do jornal permite alcançar novos leitores, bem como manter os já existentes.

Relativamente aos objetivos colocadas no início da investigação, verifica-se que estes foram totalmente cumpridos, pois a mestranda foi incluída na criação de diversos projetos gráficos ao longo do estágio e auxiliou com o seu conhecimento, para além de ter adquirido ainda mais competências nesta área. Além disso, a criação da marca gráfica e do projeto gráfico para o jornal Ensino Magazine foram igualmente cumpridos, verificando-se assim o cumprimento do tópico investigativo.

Devido a todos estes fatores, é possível confirmar que o argumento proposto no início da investigação está correto, pois através da realização do redesign da marca, do projeto gráfico do jornal Ensino Magazine e dos seus suportes e meios de comunicação, seria possível um aumento do número de leitores jovens universitários.

Em suma, todos os objetivos propostos foram cumpridos pois o redesign desenvolvido para o Ensino Magazine obteve uma elevada classificação por parte dos utilizadores. Com o tópico investigativo e argumento comprovados, acredita-se que o projeto desenvolvido nas áreas do design de comunicação e do design editorial é benéfico e um bom contributo para futuros projetos de design nas áreas acima referidas.

4.2 Recomendações

Considera-se que a maior limitação do projeto realizado no âmbito do estágio é, efetivamente, a ausência da sua implementação. No entanto, o projeto poderá vir a ser benéfico para a empresa, bem como para projetos futuros desenvolvidos por outros designers.

Outro fator a ter em conta poderá ser também a validação da marca e do projeto gráfico por parte dos utilizadores. Deverá ser considerada uma maior amostra de inquiridos de forma a alcançar mais sugestões para a melhoria da marca e do projeto gráfico, podendo ser alargado a mais escolas ou países, através da tradução do questionário, de forma a aferir o real incremento da leitura junto dos públicos.

Referências Bibliográficas

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- Adobe (2021, Maio 6). *Alinhar ou justificar texto*. Disponível Janeiro 29, 2025, de <https://helpx.adobe.com/pt/indesign/using/aligning-text.html>
- Agência Lusa (2023, Outubro 17). *Adultos vão menos a espetáculos e cinema mas estão a ler mais livros*. Observador. Disponível Março 4, 2024, de <https://observador.pt/2023/10/17/adultos-vao-menos-a-espetaculos-e-cinema-mas-estao-a-ler-mais-livros/>
- Ahlers, D. (2006). News consumption and the new electronic media. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(1), 29-52.
- Ames, S. E. (1989). *Elements of Newspaper Design*. Praeger.
- Arnold, E. C. (1969). *Modern Newspaper Design*. Harper & Row.
- Barbosa, D. M. S. R. (2019). *Consumo de notícias online em jovens universitários-Estudo de caso dos estudantes de ciências da comunicação na Faculdade de Letras da Universidade do Porto* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Letras da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/124145>
- Bleicher, S. (2009). *A influência dos novos media no design editorial : estudo do projecto gráfico da Folha de S. Paulo* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório UA. <http://hdl.handle.net/10773/2820>
- Bradley, S. (2011, Fevereiro 14). *The Two Functions Of Type: Readability And Legibility*. Vanseodesign. Disponível Janeiro 5, 2026, de <https://vanseodesign.com/web-design/display-text-type/>
- Bringhurst, R. (1992). *Elementos do Estilo Tipográfico*. (3rd ed.). Cosac Naify.

Caldwell, C. & Zappaterra, Y. (2014). *Design Editorial: Jornais e revistas/Mídia impressa e digital*. Editora Gustavo Gili.

Cardoso, C. S. G. (2017). *A grelha de paginação no design editorial impresso* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Tecnologia de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/21503>

Carnicel, A. (1999). O Projeto Gráfico do Jornal: Elementos para a preservação da identidade visual sem prescindir das inovações tecnológicas. *PORTCOM / Intercom*, 1-12.
<https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f9c42d15a94707e9818b3286252dc2c4.PDF>

Carreira, A. M. S. (2016). *Design editorial de jornais: Re-design do jornal local Notícias da Caranguejeira* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Artes e Design Caldas da Rainha]. IC-Online. <http://hdl.handle.net/10400.8/1611>

Carvalho, A. C. V. (2012). *Análise do design de jornais diários generalistas portugueses: Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e i* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Tecnologia de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/5780>

Castro, I. L. (2023). O paradoxo do Barco de Teseu: Identidade e diferença no projeto gráfico de livros. *Revista Convergências*, 16(31), 1-12.
<https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.31.164>

Castro, M. L. A. (2019). *Design editorial : Análise, levantamento e desenvolvimento de uma nova proposta editorial ConVida* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/20135>

Coelho, J. L. O. (2014). *Definição da Estratégia de Identidade Visual Corporativa E Comunicação do Produto* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Castelo Branco]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Castelo Branco. <http://hdl.handle.net/10400.11/3061>

Costa, J. (2011). *Design Para os Olhos*. Dinalivri.

Damasceno, P. L. (2012). *O design editorial da cultura*. Universidade Federal do Rio do Sul.

Damasceno, P. L. (2013). Design de Jornais: Projeto gráfico, diagramação e seus elementos. *Recensio*, 1-40.
<https://web.archive.org/web/20240426211743/https://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf>

Davis, M. (2009). *The Fundamentals of Branding*. Ingran Publisher Inc.

Diário da República (s.d.). *Publicação periódica*. Diário da República. Disponível Janeiro 24, 2025, de <https://diariodarepublica.pt/dr/lexionario/termo/publicacao-periodica>

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (s.d.). *Capa*. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível Janeiro 5, 2026, de <https://dicionario.priberam.org/capa>

Ensino Magazine (s.d.). *Ficha técnica*. Ensino Magazine. Disponível Fevereiro 6, 2025, de <https://www.ensino.eu/ficha-tecnica/>

Ensino Magazine (s.d.). *Página principal*. Disponível Dezembro 6, 2024, de <https://www.ensino.eu/>

Erlhoff, M., & Marshall, T. (2008). *Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology*. Birkhauser Verlag AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-7643-8140-0>

Euro Topics (s.d.). *Libération*. Euro Topics. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.eurotopics.net/en/148696/liberation>

European Commission (2012). *EU High Level Group of Experts on Literacy: Final report* (p. 120). European Commission.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217605>

Fabre, M. (1980). *História da Comunicação*. Moraes.

Ferreira, D. (2019). *Design Editorial Algorítmico* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <https://hdl.handle.net/10316/87933>

Fidalgo, V. (2022, Fevereiro, 17). *43% dos portugueses continuam a ler jornais regularmente, revela estudo*. CM TV Media. Disponível 10 de maio de 2024, em <https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/43-dos-portugueses-continuam-a-ler-jornais-regularmente-revela-estudo>

Figueira, A. (2015). *Design editorial e de interação : I&D de e-book para crianças dos 6 aos 9 anos de idade*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa]. Repositório UTL. <http://hdl.handle.net/10400.5/12509>

Fonseca, I. (2017). *Design Editorial : Produção da revista científica digital TPU-Território, Planeamento e Urbanismo – teoria e prática*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa]. Repositório UTL. <http://hdl.handle.net/10400.5/15415>

Forte, R. (2019). *O papel do design gráfico num projeto curatorial de arte contemporânea*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa]. Repositório UL. <http://hdl.handle.net/10451/43649>

Free Magazines (2024, Novembro 14). *The Guardian – 14 November 2024*. Free Magazines. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://freemagazines.top/the-guardian-14-november-2024>

Freire, R. S., & Freire, B. W. J. (2007). Análise Tipográfica e de Conteúdo da Editoria Economia dos jornais impressos: O Estado de São Paulo, O Globo, O Liberal e Folha de São Paulo. *Biblioteca da Universidade da Beira Interior*, 1-7. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/freire-raphael-freire-brena-analise-tipografica-conteudo.pdf>

Garcia, M. (1993). *Contemporary newspaper design. A structural approach*. Prentice-Hall.

Garcia, M. (2002). *Pure Design*. Miller Media.

Gastal, M. L., & Oliveira, F. (2019). Princípios do design aplicados na perspectiva da semiótica e do branding: Na senda por um modelo para a imagética da marca. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, XIII(26). <https://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=385>

Golin, C., & Cardoso, E. T. (2010). Jornalismo e representação do sistema de produção cultural: Mediação e visibilidade. *Economia da Arte e da Cultura*, 184-203.

Goliot-Lété, A., Joly, M., Lancien, T., Le Mée, I. C., & Vanoye, F. (2011). *Dicionário da Imagem* (2ª ed.). Edições.

Gomes, B. M. F. (2020). *Arte-Final Digital: Como preparar um ficheiro de excelência* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/35445>

Haratzopoulos, P., Ruderman, I., Barnes, P., & Schwartz, C. (s.d.). *Guardian Egyptian Collection*. Commercial Type. Disponível Fevereiro 4, 2025, de https://commercialtype.com/catalog/guardian_egyptian

Haslam, A. (2006). *O livro e o designer II: Como produzir e criar livros* (2.ª ed.). Rosari.

Hollis, R. (2000). *Design Gráfico: Uma História Concisa*. Martins Fontes.

Horta, A. (2004, Maio 12). *Leitura de jornais: Aspectos de uma prática minoritária* [V Congresso Português de Sociologia]. APS. https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR461519a9ecd32_1.pdf

Imprime Adesivos (2021, Outubro 4). *Conheça os diferentes sistemas de cores: CMYK, RGB e Pantone*. LinkedIn. Disponível Janeiro 14, 2025, de <https://pt.linkedin.com/pulse/conhe%C3%A7a-os-diferentes-sistemas-de-cores-cmyk-rgb-e-pantone->

Infopédia (s.d.). *Periódica*. Infopédia. Disponível Dezembro 31, 2025, de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/peri%C3%B3dica>

[Jacek Utko]. (2009, Fevereiro). *Can design save newspapers?* [Video]. TED. https://www.ted.com/talks/jacek_utko_asks_can_design_save_the_newspaper

Jannarone, J. (2014, Outubro 3). *Read all about it: Print newspapers to survive!* CNBC. Disponível Janeiro 5, 2026, de <https://www.cnbc.com/2014/10/03/read-all-about-it-print-newspapers-to-survive.html>

Jornal de Leiria (2012, Outubro 11). *Jornal de Leiria*. Yumpu. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.yumpu.com/pt/document/read/48029271/descarregar-pdf-jornal-de-leiria>

Jornal de Leiria (s.d.). *Empresa*. Disponível Janeiro 31, 2025, de <https://www.jornaldeleiria.pt/empresa>

Jornal de Leiria (s.d.). *Home*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.jornaldeleiria.pt/>

Jornal do Fundão (2023, Junho 6). *Foto de perfil*. Facebook. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=647570577390064&set=a.647570544056734>

Jornal do Fundão (2024, Outubro 31). *Jornal do Fundão*. Scribd. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://pt.scribd.com/document/786720832/20241031-PT-Jornal-do-Fundao>

Jornal do Fundão (2025, Janeiro 27). *Primeira edição*. Facebook. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.facebook.com/jornaldofundao/photos/a-primeira-edi%C3%A7%C3%A3o-saiu-para-as-bancas-a-27-de-janeiro-de-1946-hoje-o-jornal-do-f/1045718694241915/>

Jornal do Fundão (s.d.). *Arquivo Jornal do Fundão*. Sapo. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.sapo.pt/jornais/local/3996/arquivo>

Jornal do Fundão (s.d.). *Home*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.jornaldofundao.pt/>

Jornal do Fundão (s.d.). *Jornal do Fundão - JF Economia o novo suplemento do Jornal do Fundão*. Jornal do Fundão. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.jornaldofundao.pt/api/metadata?url=/economia/jf-economia-o-novo-suplemento-do-jornal-do-fundao/>

Kulba, B. (2017, Janeiro 3). *Celebrating Karl Gerstner*. Medium. Disponível Dezembro 3, 2024, de <https://medium.com/@bryanarchy/celebrating-karl-gerstner-b0ffbcf65c96>

Lages, M. G. (2018). *O design da revista generalista portuguesa Sábado : Estágio na empresa Cofina Media* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/17891>

Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons.

Lauf, E. (2001). Research note: The vanishing young reader. *European Journal of Communications*, 16(2), 233-243.

Libération (s.d.). *Home*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.liberation.fr/>

Libération (s.d.). *Premier numéro Libération. 18 avril 1973*. Libération La Boutique. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://boutique.liberation.fr/products/premier-numero-liberation-18-avril-1973>

Ligeiro, F. E. P. (2022). *Notícias e smartphones: Práticas e consumos mediáticos digitais dos jovens universitários portugueses* [Dissertação de mestrado, Universidade Autónoma de Lisboa]. Repositório Institucional Camões. <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/5505>

Lopes, P. C. (2011). Hábitos de leitura em Portugal: Uma abordagem transversal-estruturalista de base extensiva. 1-20. <http://hdl.handle.net/11144/193>

Louraço, D. (2016). *O design editorial como agente transformador da comunicação*. [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/18599>

Lupton, E. (2004). *Thinking with type*. Princeton Architectural Press.

Lupton, E. (2004, Novembro 29). The Science of Typography. *Typotheque*. <https://www.typotheque.com/articles/the-science-of-typography>

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2008). *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press.

Magalhães, N. M. R. D. S. (2014). *A Cor como Intenção no Design de Comunicação: O caso das edições dos Jogos Olímpicos* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Ubibliorum.
<http://hdl.handle.net/10400.6/10828>

Magzter (s.d.). *The Guardian- All Issues*. Magzter. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.magzter.com/GB/Guardian-News--Media/The-Guardian/Newspaper/All-Issues>

Mahnke, F. H. (1996). *Color, Environment & Human Response*. John Wiley & Sons.

Martin, B. & Hanington, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Rockport Publishers.

Martins, C. S. G. (2021). *Publicações impressas e digitais em tempos de coexistência : O caso do Expresso* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/36616>

Matias, I. A. A. & Santos, L. N. (2014). Muito além de uma “Bauhaus Soviética”: o legado de Vkhutemas/Vkhutein (1920-1930). *Caderno Cemarx*, 7, 39-54.
<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/cemarx/article/download/10880/6148/18174>

Maya, T. B., Franceschi, R., & Nerosky, M. R. (2016). *Design editorial e de informação* (pp. 1-223). Editora e Distribuidora Educacional S.A. https://cm-kls-content.s3.amazonaws.com/201602/INTERATIVAS_2_0/DESIGN_EDITORIAL_E_DE_INFORMACAO/U1/LIVRO_UNICO.pdf

Meggs, P. B. & Purvis, A. W. (2009). *History of Graphic Design*. Wiley.

Menezes, C. (2016). *Fundamentos do design gráfico aplicados às plataformas digitais*. [Dissertação de mestrado, IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/17647>

Monteiro, P. A. F. (2019). *A Identidade Visual e a sua Influência no Comportamento do Consumidor : The Original Design* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. UBibliorum. <http://hdl.handle.net/10400.6/10188>

Moreno, L. (2007). *Design Gráfico. Criar Web*.

Mourão, A. I. O. (2016). *Tipografia uma componente indispensável no mundo da publicidade* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Tecnologia de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/18624>

Ms-studio (2018, Junho). *Karl Gerstner's layout grid*. Ms-Studio. Disponível Março 12, 2024, de <https://ms-studio.net/notes/karl-gerstners-layout-grid/>

Müller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de grelhas*. Editorial Gustavo Gili, S. A.

Müller-Brockmann, L. (s.d.). *Neue Grafik/New Graphic Design/Graphisme Actuel 1958–1965*. Lars Müller Publishers. Disponível Março 12, 2024, de <https://www.lars-mueller-publishers.com/neue-grafiknew-graphic-designgraphisme-actuel-1958-1965>

Neves, J. S. S. (2011). *Práticas de Leitura da População Portuguesa no Início do Século XXI* [Tese de doutoramento, Iscte – Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/6696>

Neves, J. S., & Lima, M. J. (2008, Junho 28). *A leitura em Portugal: Perfis e tipos de leitores* [VI Congresso Português de Sociologia]. Universidade Nova de Lisboa. <https://associacaoportuguesasociologia.pt/vicongresso/pdfs/290.pdf>

Neves, S. F. S. (2010). *Hábitos de leitura e sucesso escolar: um estudo de caso em alunos no final do ensino básico* [Dissertação de mestrado, Universidade Portucalense Infante D. Henrique]. Repositório UPT. <http://hdl.handle.net/11328/211>

Oliveira, F. (2013). Diagramas no processo de design: A esquematização na metodologia e no projecto de sistemas de identidade visual. *Convergências*, (12). <https://repositorio.ipcb.pt/handle/10400.11/5637>

Oliveira, S. S. C. (2015). *Criação de uma identidade visual com base no branding emocional: Think you* [Dissertação de mestrado, IADE]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/11162>

Orlando, R. A. S. (2017). *Design de imprensa e primeira página do jornal impresso* [Pós-doutoramento, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório Institucional da Universidade Fernando Pessoa. <http://hdl.handle.net/10284/7636>

Público (2007). *Livro de Estilo* (pp. 1-304). Público. <https://static.publico.pt/files/provadosfactos/livro-de-estilo.pdf>

Público (2020, Março 20). *Lisboa*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://epaper.publico.pt/epaper/Publico-Lisboa-20200320/>

Público (s.d.). *Ficha Técnica*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.publico.pt/nos/ficha-tecnica>

Público (s.d.). *Página principal*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.publico.pt/>

Quintanilha, T. L. (2018). 2029 – o fim dos jornais em papel em Portugal? Um estudo longitudinal sobre os principais indicadores de desempenho no sector da imprensa escrita tradicional portuguesa. *OberCom*, 12(3), 1-18. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12320181318>

Racius (s.d.). *R. V. J. - Editores Lda*. Disponível Setembro 2, 2024, de <https://www.racius.com/r-v-j-editores-lda/>

Raposo, D. (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa*. Edições IPCB.

Reconquista (2023, Março 2). *Ensino Magazine acelera nos 25 anos*. Reconquista. Disponível Fevereiro 6, 2025, de <https://www.reconquista.pt/articles/ensino-magazine-acelera-nos-25-anos>

Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na internet*. Sulina.

Ribeiro, J. (2020). *A importância das cores na comunicação publicitária* [Dissertação de mestrado, Universidade Europeia]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/35304>

Rodrigues, B. F. A. (2013). *Design gráfico : A coerência gráfica e semântica de um projeto de identidade visual* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Castelo Branco]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Castelo Branco. <http://hdl.handle.net/10400.11/1771>

Rodrigues, E. F. R. O. (2014). *Design editorial de revistas culturais: Produção e Análise Gráfica da Revista Espanhola Jot Down desenvolvida em Âmbito de Estágio Curricular* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Leiria]. IC-Online. <http://hdl.handle.net/10400.8/1653>

Rogener, S., Pool, A., & Packhauser, U. (1995). *Branding with Type: How type sells*. Adobe Press.

RVJ Editores (2020, Agosto 13). *Ensino Magazine n.º 270 – Agosto 2020*. Issuu. Disponível Fevereiro 20, 2024, em https://issuu.com/ensinomagazine/docs/ensino_c6da6b40ca53c5

RVJ Editores (2024, Julho). *Ensino Magazine - Julho 2024*. Heyzine. Disponível Setembro 2, 2024, de <https://heyzine.com/flip-book/5351382d77.html>

[RVJ Editores]. (2024, Setembro 20). *Formula Student Portugal 2024* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=dP9L2KPudtw>

RVJ Editores (s.d.). *Contacto*. Disponível Janeiro 13, 2025, de <https://www.ensino.eu/rvj-editores/acontacto/>

RVJ Editores (s.d.). *Missão*. Disponível Setembro 2, 2024, de <https://www.ensino.eu/rvj-editores/missao/>

RVJ Editores (s.d.). *O que fazemos*. Disponível Setembro 2, 2024, de <https://www.ensino.eu/rvj-editores/o-que-fazemos/>

RVJ Editores (s.d.). *Quem somos*. Disponível Setembro 2, 2024, de <https://www.ensino.eu/rvj-editores/quem-somos/>

Samara, T. (2005). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop*. Rockport Publishers.

Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015). SWOT Analysis. *Wiley*, 12, 1-9. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>

Sanches, M. A. P. (2016). *Previsibilidade na reprodução da cor: Perfis de cor no fluxo de trabalho do designer gráfico* [Tese de doutoramento, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/12590>

Santos, J. M. M. (2016). *Design Editorial do livro de ficção português: Análise de edições publicadas no período de 1866 a 2014; Projeto editorial para uma colecção literária* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/86251>

Sasaki, S. (s.d.). *The role of graphic design in international development*. International council of design.

Schwartz, C. (s.d.). *Guardian Egyptian Text*. Fontke. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://eng.m.fontke.com/family/1162270/>

Schwartz, C. (s.d.). *Publico*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.christianschwartz.com/publico.shtml>

Serra, Â. C. C. (2012). *Princípios técnicos e perceptivos no desenho de figura humana : Prática de ensino supervisionada: Desenho A, 11º ano* [Universidade da Beira Interior]. <http://hdl.handle.net/10400.6/1478>

Sherin, A. & Evans, P. (2009). *Forms, Folds and Sizes, All the Details Graphic Designers Need to Know but Can Never Find*. Rockport Publishers.

Silva, R. G. L. C. F. (2016). *Grafismo especializado: Pós-produção Digital de Genéricos para Videogramas de Televisão* [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/87415>

Silva, T. A. A. D. (2012). *A escola e a promoção da leitura: Reflexão sobre uma experiência na aula de português* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Letras da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/66484>

Sistema Integrado de Metainformação (2022, Dezembro 12). *PERIODICIDADE DA PUBLICAÇÃO PERIÓDICA*. Sistema Integrado de Metainformação. Disponível Dezembro 31, 2025, de <https://smi.ine.pt/Conceito/Detalhes/11762?modal=1>

Sousa, J. P. (2001). Elementos de jornalismo impresso. *Biblioteca da Universidade da Beira Interior*, 1-542. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>

Sparks, C. (1996). Newspapers, the Internet and democracy. *Javnost—The Public*, 3 (3), 43–57.

Strizver, I. (s.d.). *Spacing and Kerning, Part 1*. MyFonts. Disponível Dezembro 24, 2025, de <https://www.myfonts.com/pages/fontscom-learning-fyti-using-type-tools-spacing-and-kerning-1>

The Guardian (2017, Dezembro 11). *History of the Guardian*. The Guardian. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.theguardian.com/gnm-archive/2002/jun/06/1>

The Guardian (2024, Novembro 14). *The Guardian - 14.11.2024*. VK. Disponível Fevereiro 4, 2025, de https://vk.com/s/v1/doc/EHLTFCUSqFmfO80L6csf117vaOKBPVz-art6Ubd_0wBpdMtWfZw

The Guardian (2025, Janeiro 30). *The Guardian*. Magzter. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.magzter.com/GB/Guardian-News--Media/The-Guardian/Newspaper/>

The Guardian (s.d.). *Design*. The Guardian. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://design.theguardian.com/>

The Guardian (s.d.). *Home*. Disponível Janeiro 30, 2025, de <https://www.theguardian.com/europe>

Tuzzo, S. A. (2015). O impresso na era digital pela perspectiva dos portugueses. *Universidade Nova de Lisboa*, 1-22. https://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/2015_20_o-impresso-na-era-digital-pela-perspectiva-dos-portugueses.pdf

Ugalde, P. A. (2017). *Projeto editorial para uma revista de variedades para mulheres da nova terceira idade* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. LUME Repositório Digital da UFRGS. <http://hdl.handle.net/10183/174532>

Valente, I. F. P. (2017). *Design Editorial aplicado a Revistas: Revista de Design Gráfico Português* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/15431>

Ver Capas (s.d.). *Arquivo - Jornal de Leiria*. Ver Capas. Disponível Fevereiro 4, 2025, de <https://www.vercapas.com/arquivo/jornal-de-leiria.html>

Vieira, T. F. F. (2021). *A caminho da “tabloidização”? uma análise das capas de jornal em dois momentos da pandemia de COVID-19 em Portugal* [Dissertação de mestrado, Iscte – Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/22789>

Vilar, M. I. (2016). *O Plano Nacional de Leitura: Fundamentos e resultados* [Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. Repositório Universidade Nova. <http://hdl.handle.net/10362/18465>

Wheeler, A. (2008). *Design de Identidade de marca – um guia completo para criação, construção e manutenção de marcas fortes*. Bookman.

Xavier, A. M. (2022). *Análise ao design dos suportes de comunicação do jornal público* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/43457>

Yubero, S., Larrañaga, E., & Pires, N. (2014). *Estudo sobre os hábitos de leitura dos estudantes portugueses do ensino superior* (pp. 1-62). Edições IPCB. <http://hdl.handle.net/10400.11/2454>

Apêndices

Apêndice A – Questionário referente ao projeto gráfico atual do Ensino Magazine

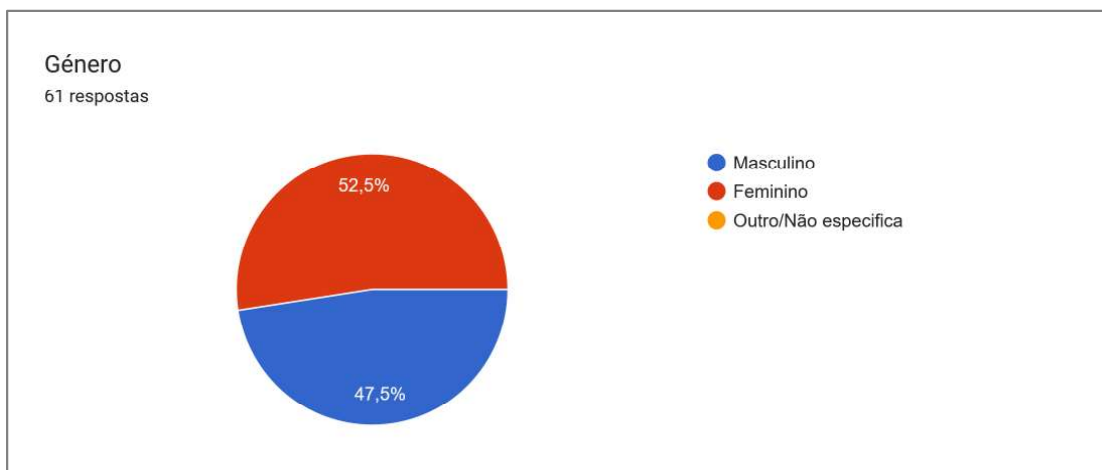


Gráfico 1 — Análise pragmática do gênero dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

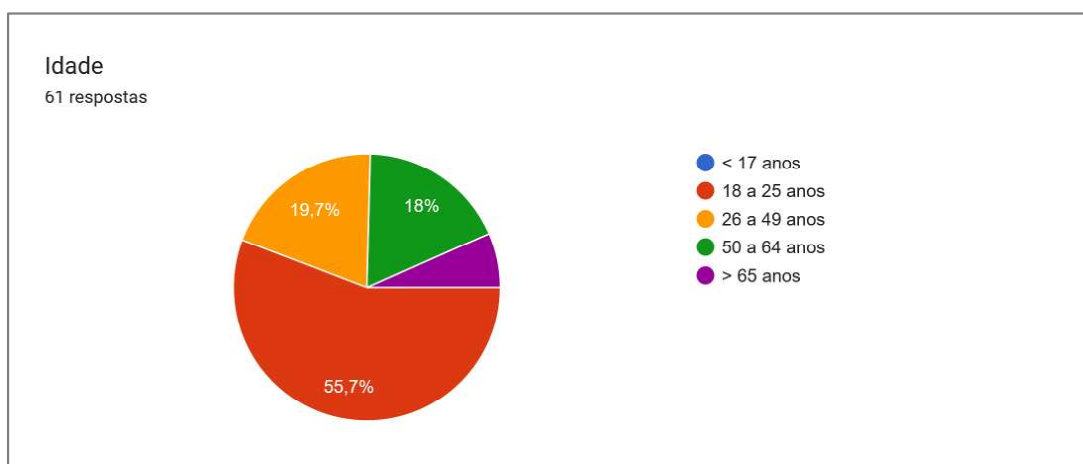


Gráfico 2 — Análise pragmática da idade dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

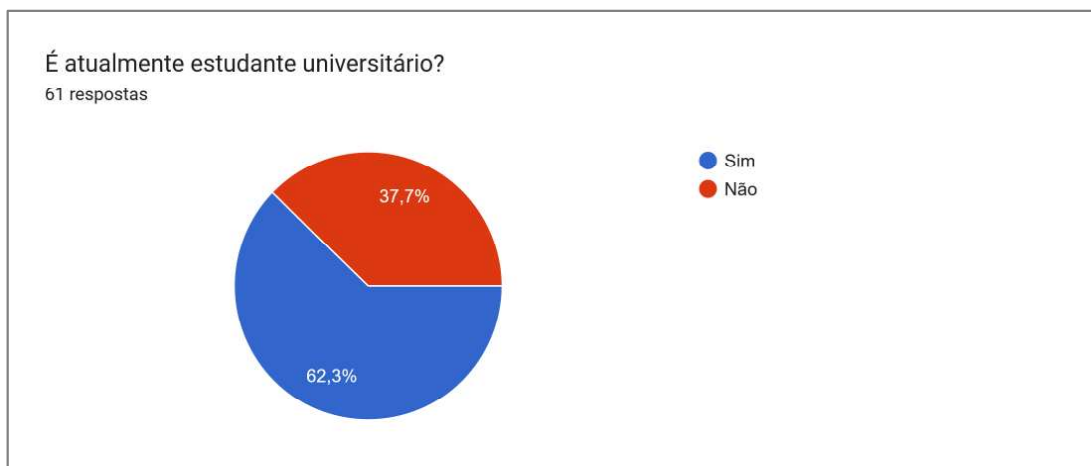


Gráfico 3 — Análise pragmática sobre se os inqueridos são estudantes universitários do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

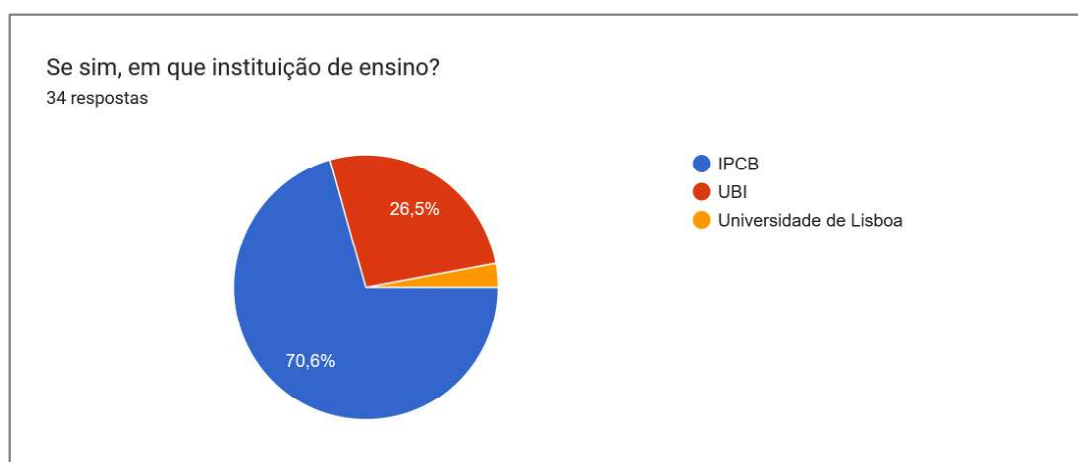


Gráfico 4 — Análise pragmática da instituição de ensino onde estudam os entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

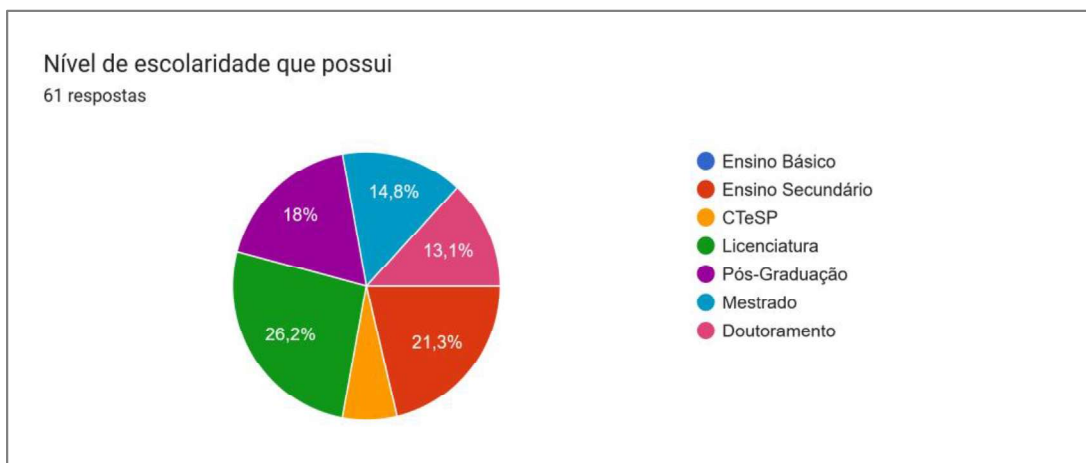


Gráfico 5 — Análise pragmática do nível de escolaridade dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

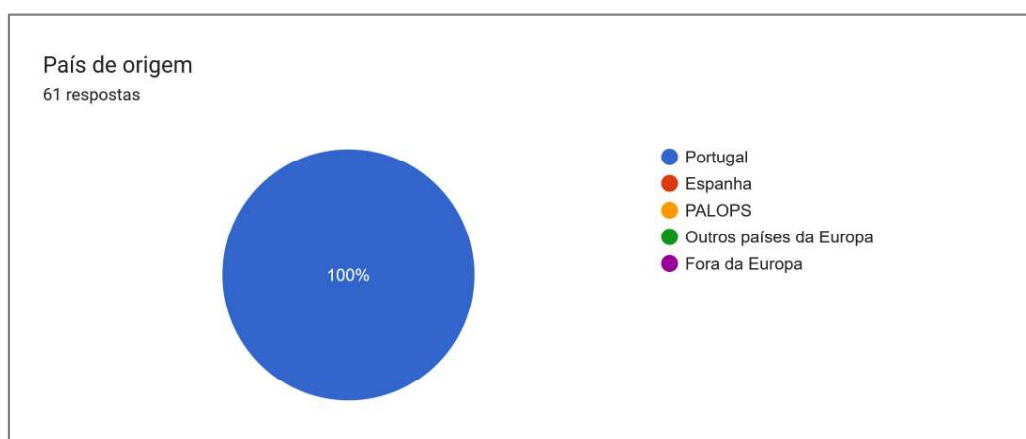


Gráfico 6 — Análise pragmática do país de origem dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

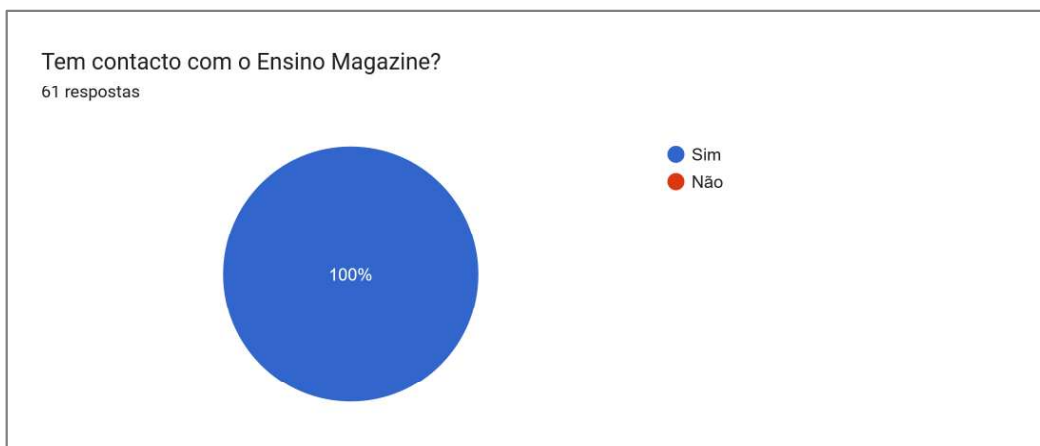


Gráfico 7 — Análise pragmática de quantos entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

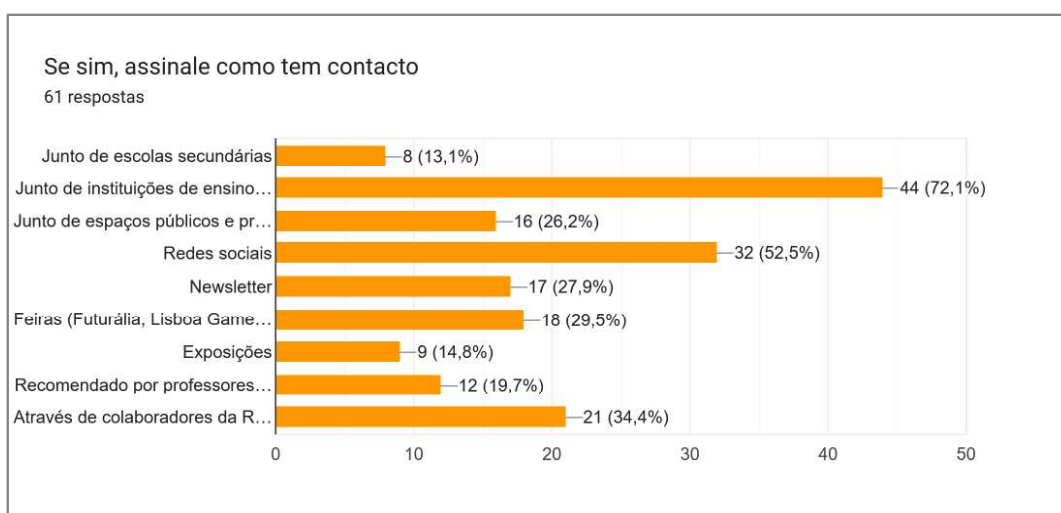


Gráfico 8 — Análise pragmática sobre como os entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

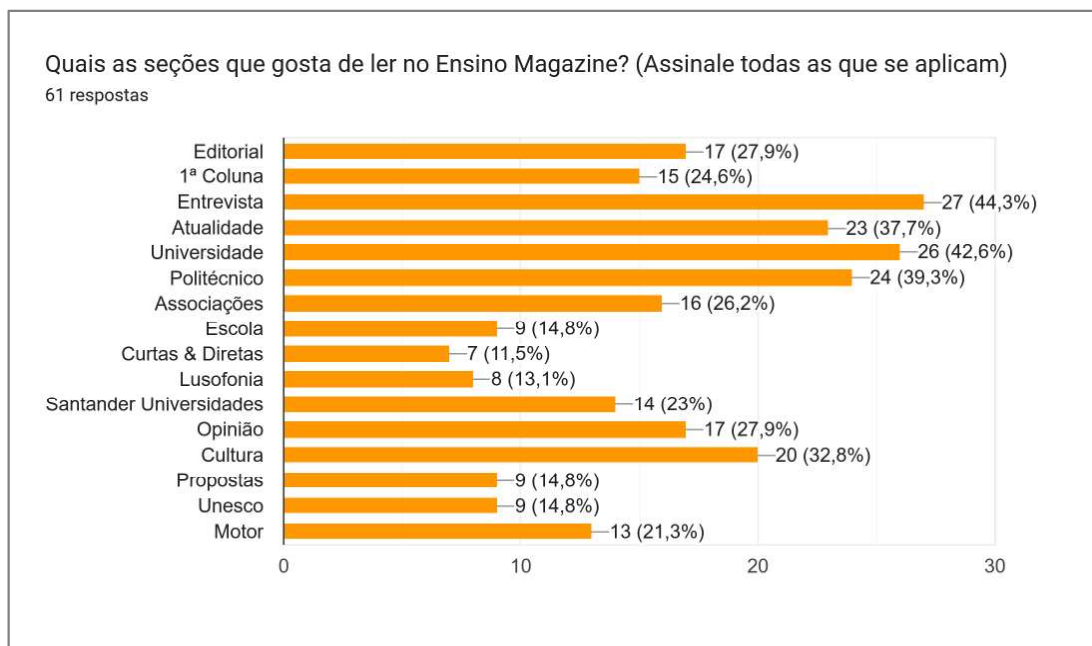


Gráfico 9 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

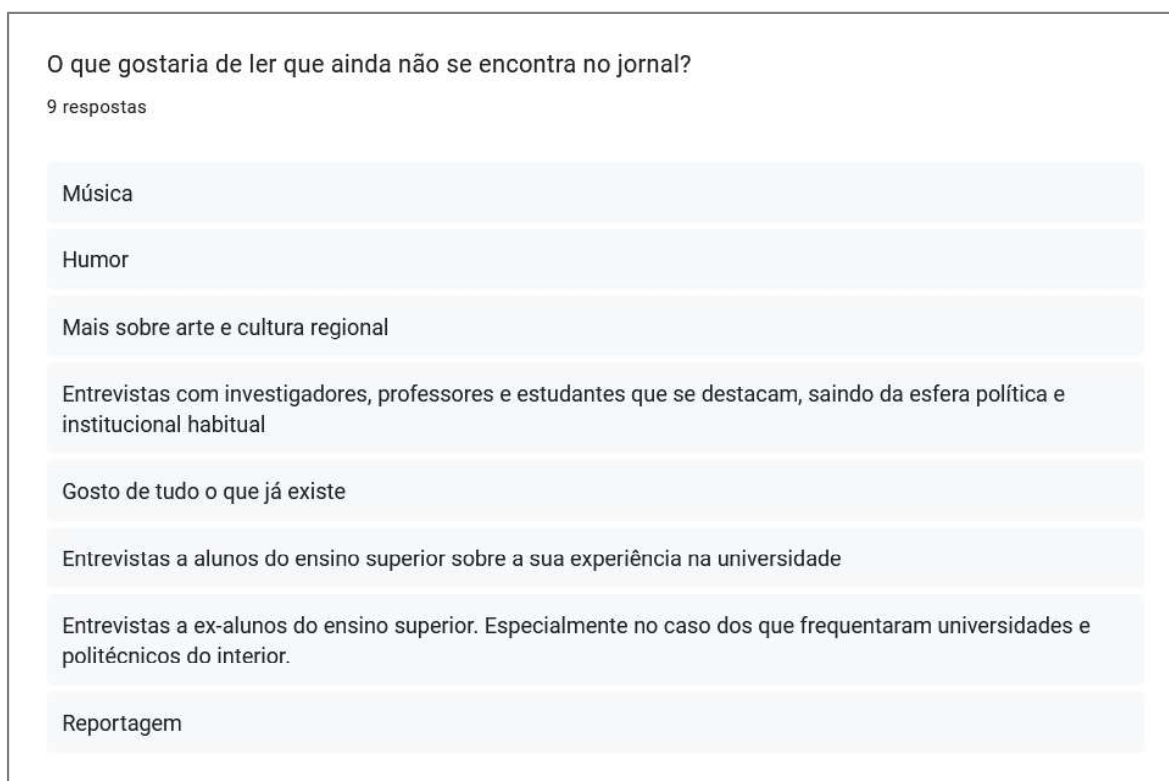


Gráfico 10 — Análise pragmática sobre o que os entrevistados gostariam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

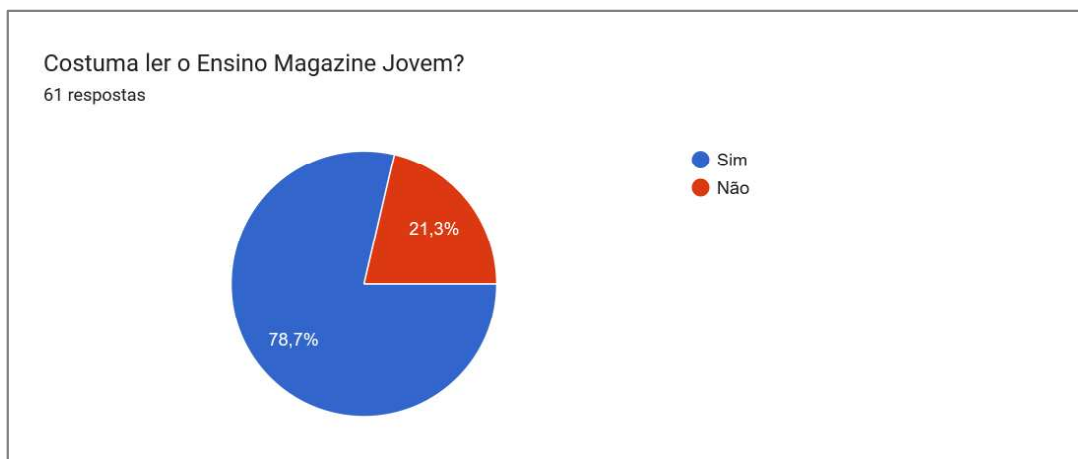


Gráfico 11 — Análise pragmática sobre se os entrevistados lêem o suplemento Ensino Magazine Jovem do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

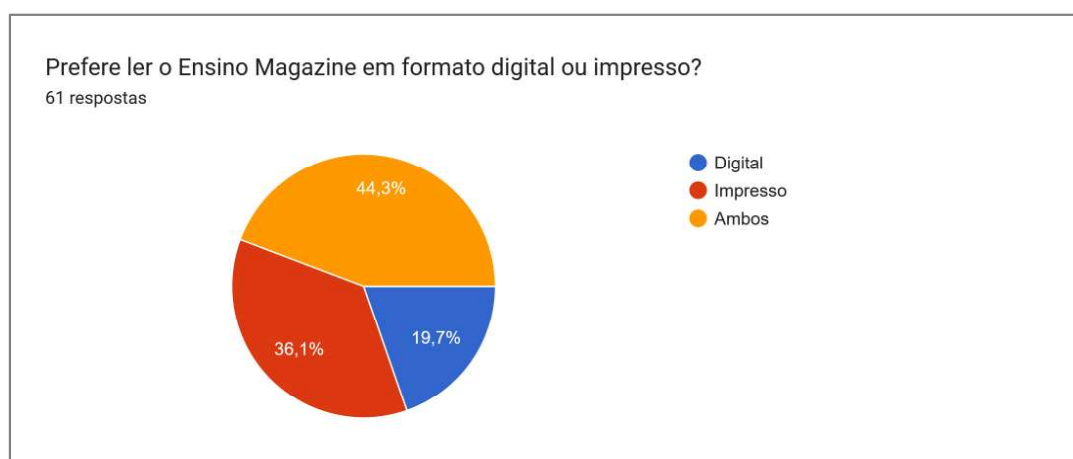


Gráfico 12 — Análise pragmática sobre a preferência do formato do Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

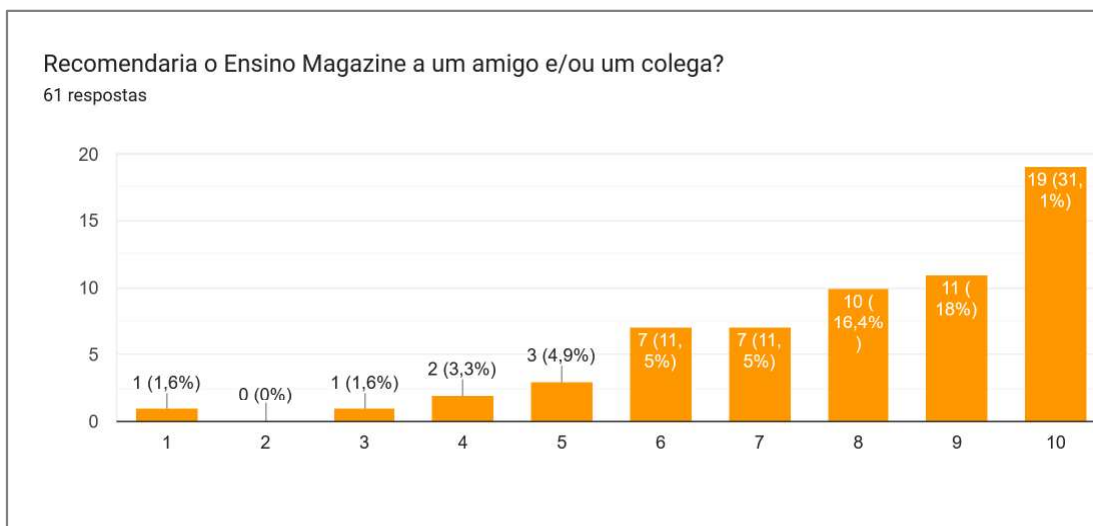


Gráfico 13 — Análise pragmática sobre o grau de recomendação do Ensino Magazine dos entrevistados do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

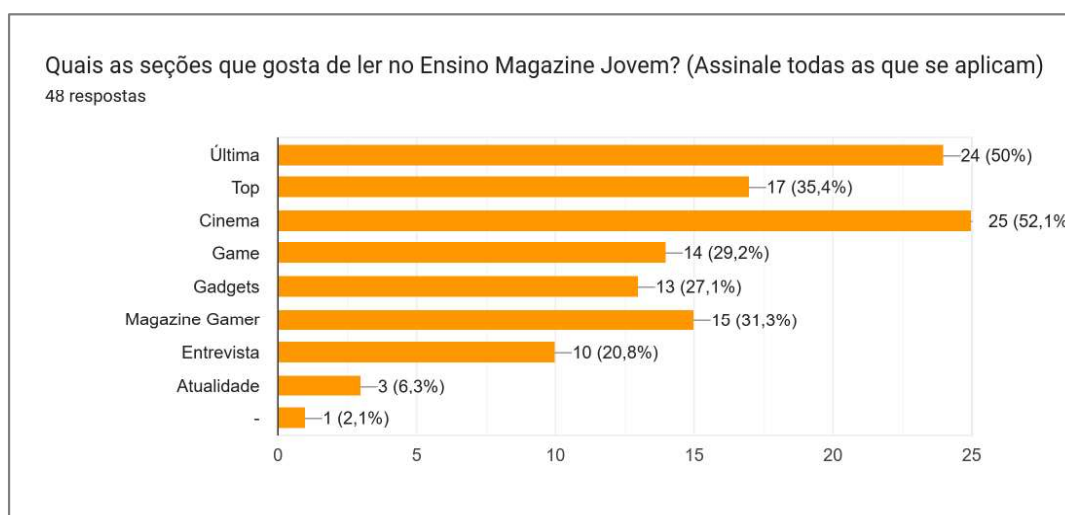


Gráfico 14 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostam de ler no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

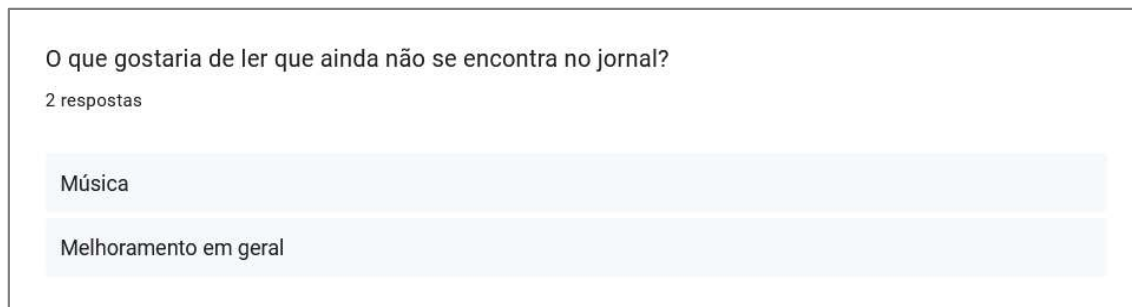


Gráfico 15 — Análise pragmática sobre as seções que os entrevistados gostariam de ler no Ensino Magazine Jovem do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

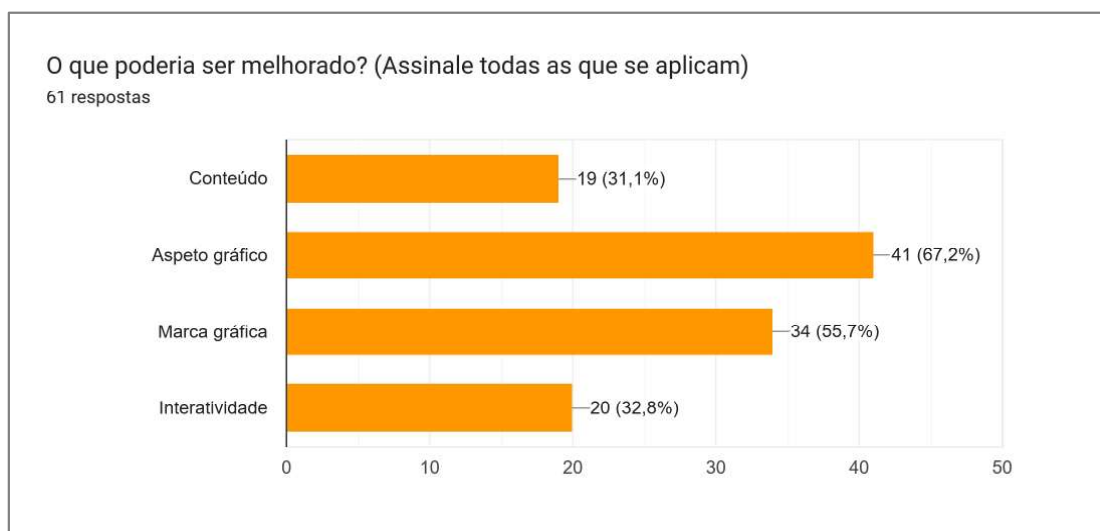


Gráfico 16 — Análise pragmática sobre o que poderia ser melhorado no Ensino Magazine do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

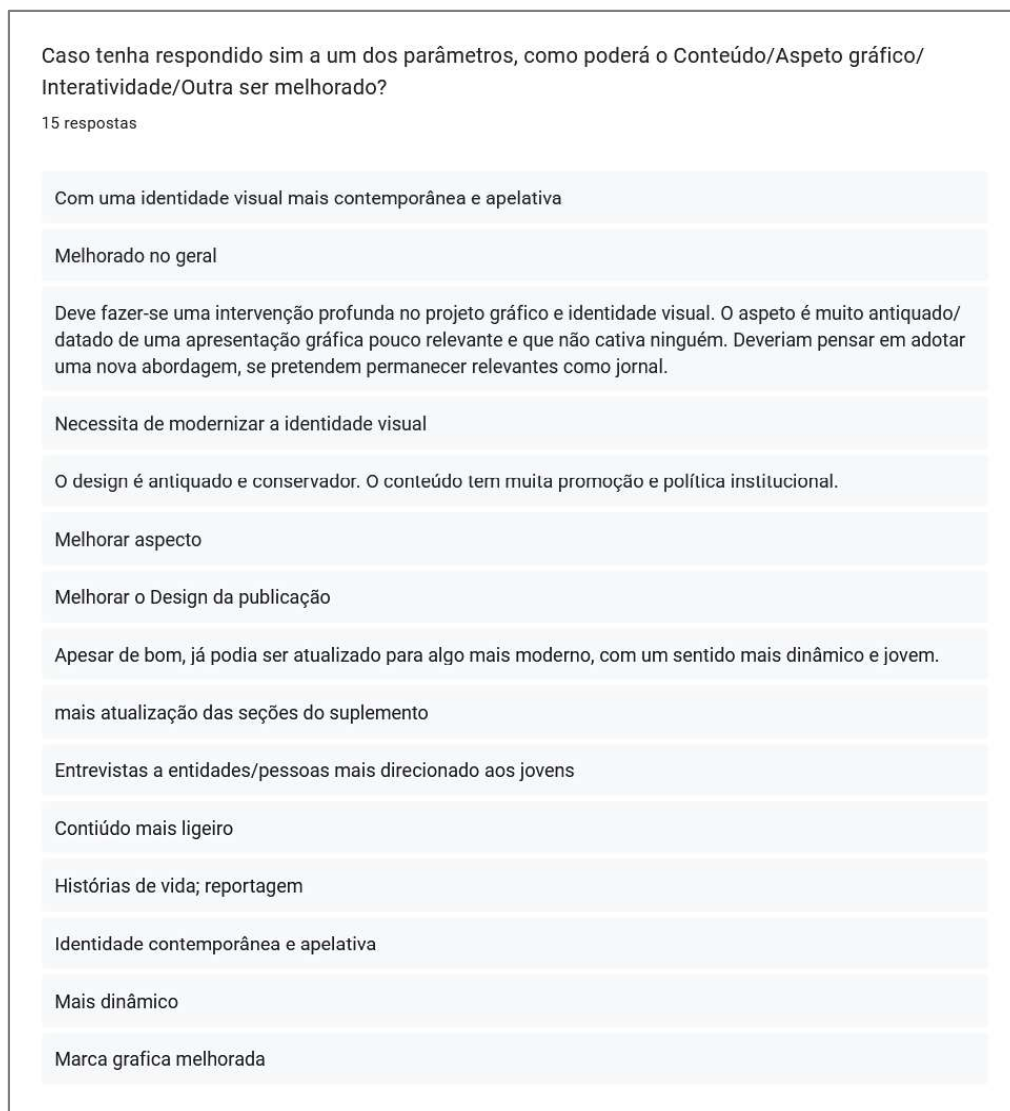


Gráfico 17 — Análise pragmática sobre o que poderia ser melhorado no Ensino Magazine em resposta longa do primeiro questionário. (Fonte: Autora, 2025).

Apêndice B – Questionário referente ao novo projeto gráfico

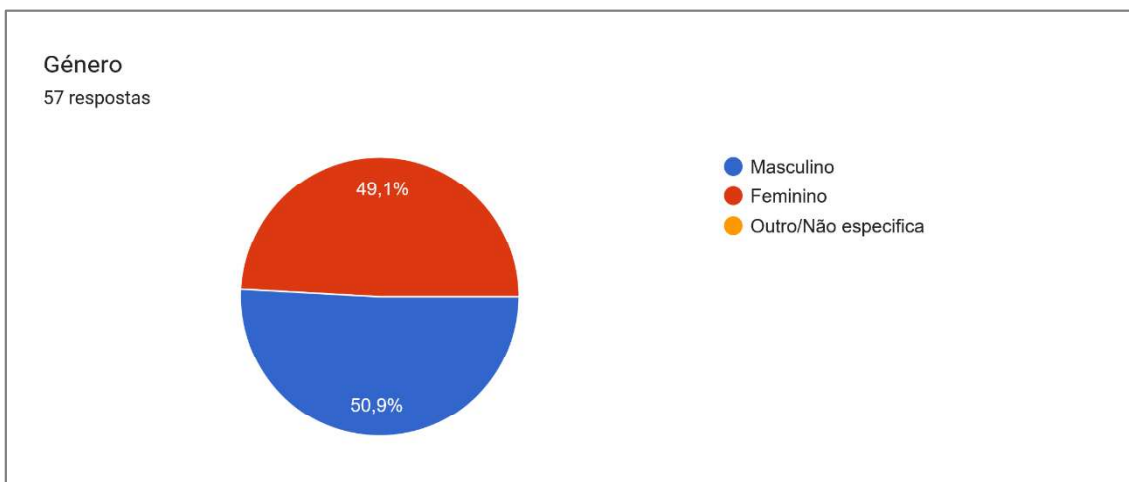


Gráfico 18 — Análise pragmática do género dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

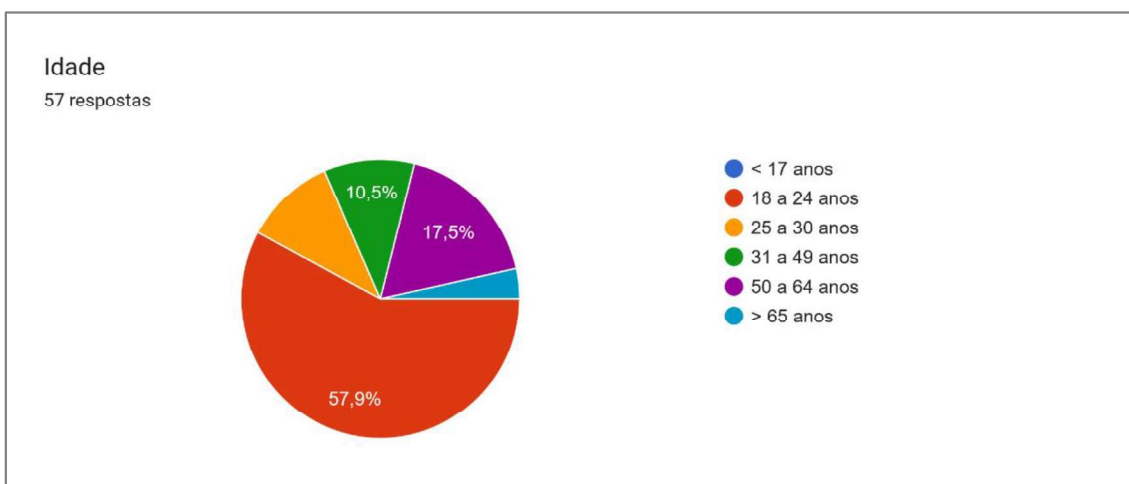


Gráfico 19 — Análise pragmática da idade dos entrevistados do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

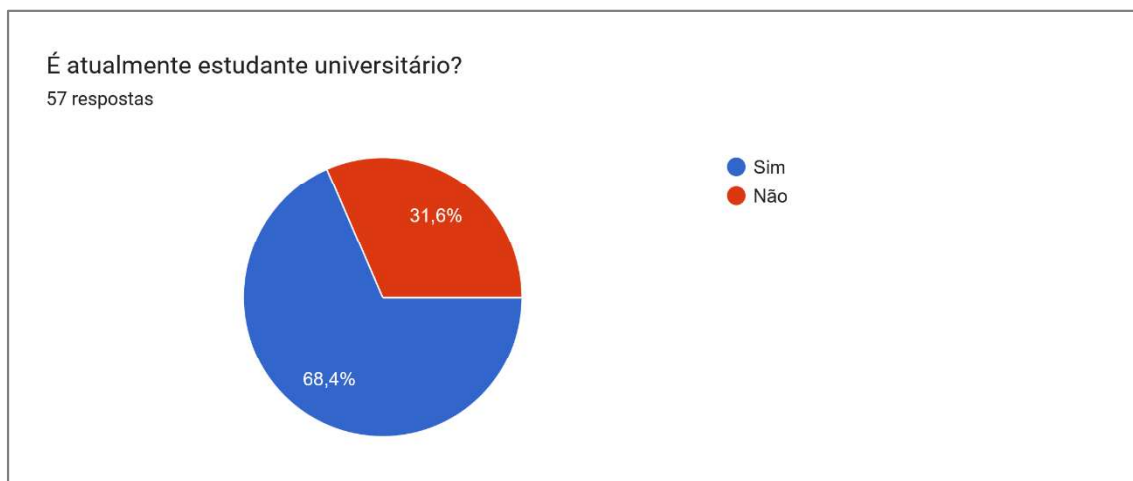


Gráfico 20 — Análise pragmática sobre se os inqueridos são estudantes universitários do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

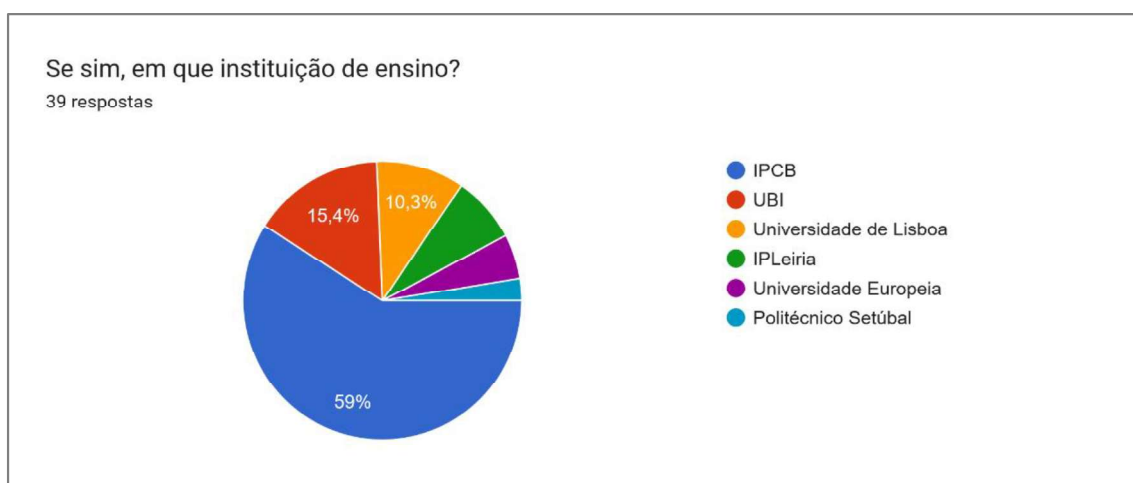


Gráfico 21 — Análise pragmática da instituição de ensino que os entrevistados frequentam no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

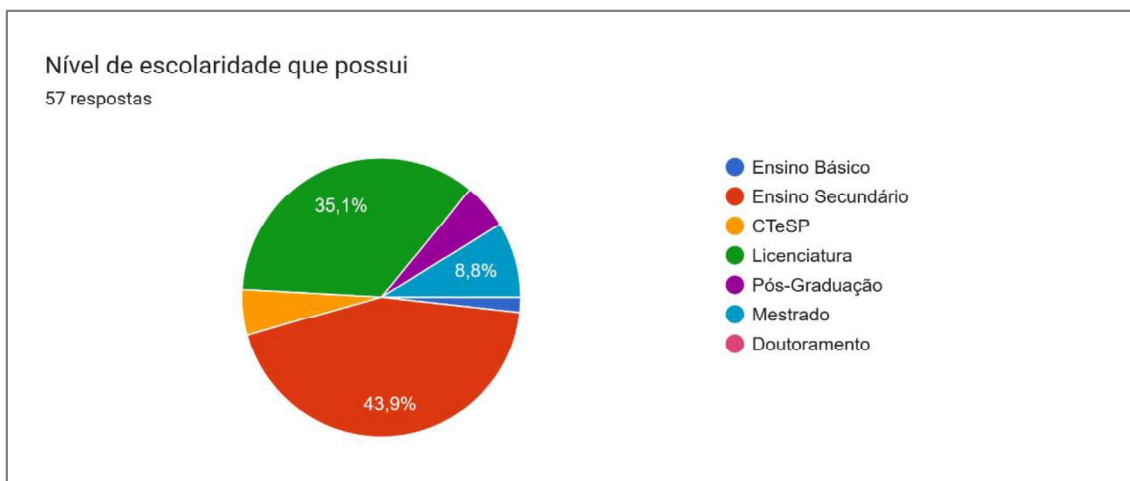


Gráfico 22 — Análise pragmática do nível de escolaridade dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

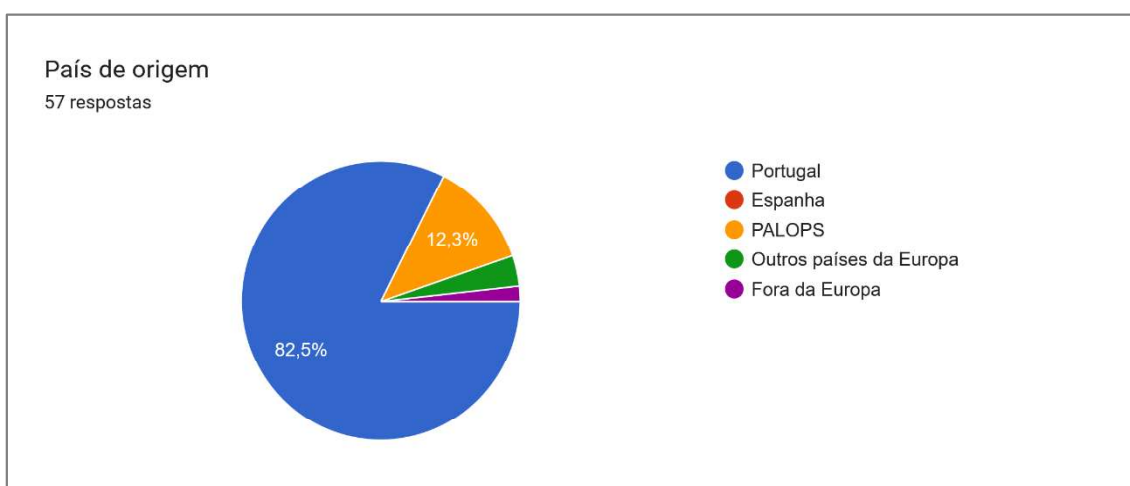


Gráfico 23 — Análise pragmática do país de origem dos entrevistados no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

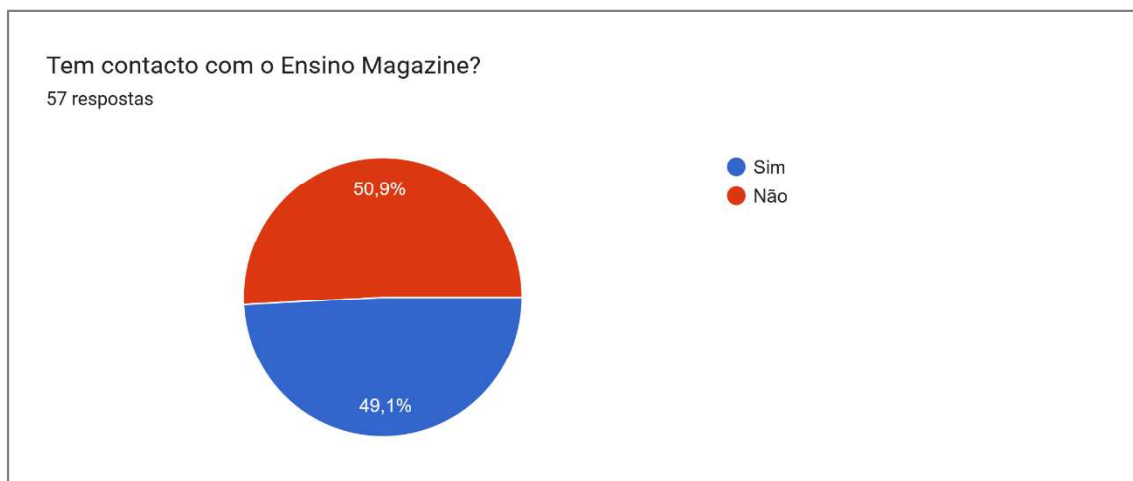


Gráfico 24 — Análise pragmática de quantos entrevistados têm contacto com o Ensino Magazine do segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

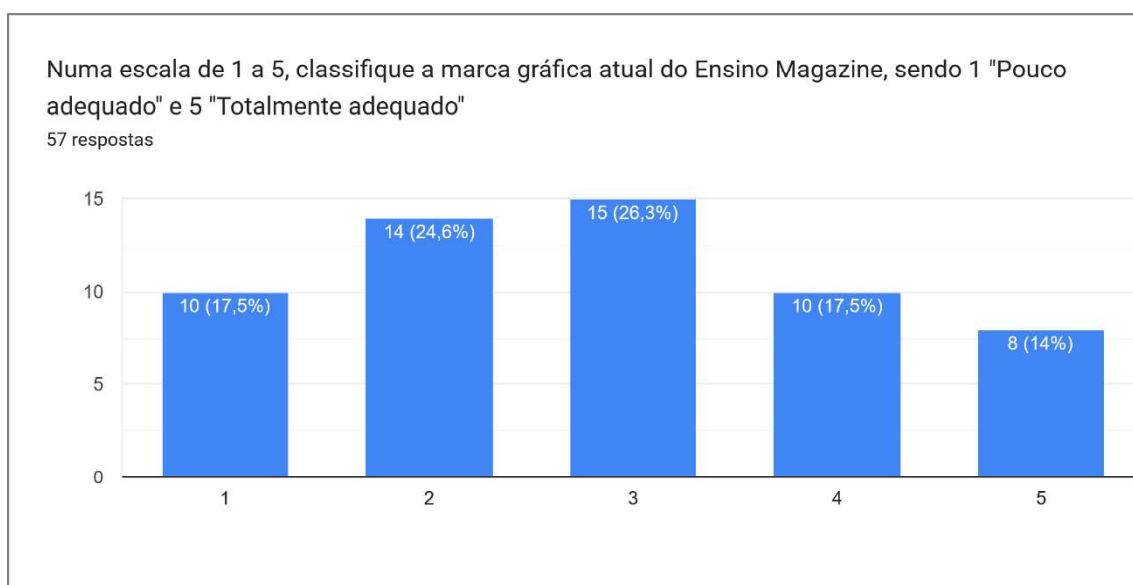


Gráfico 25 — Análise pragmática da classificação da marca gráfica atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

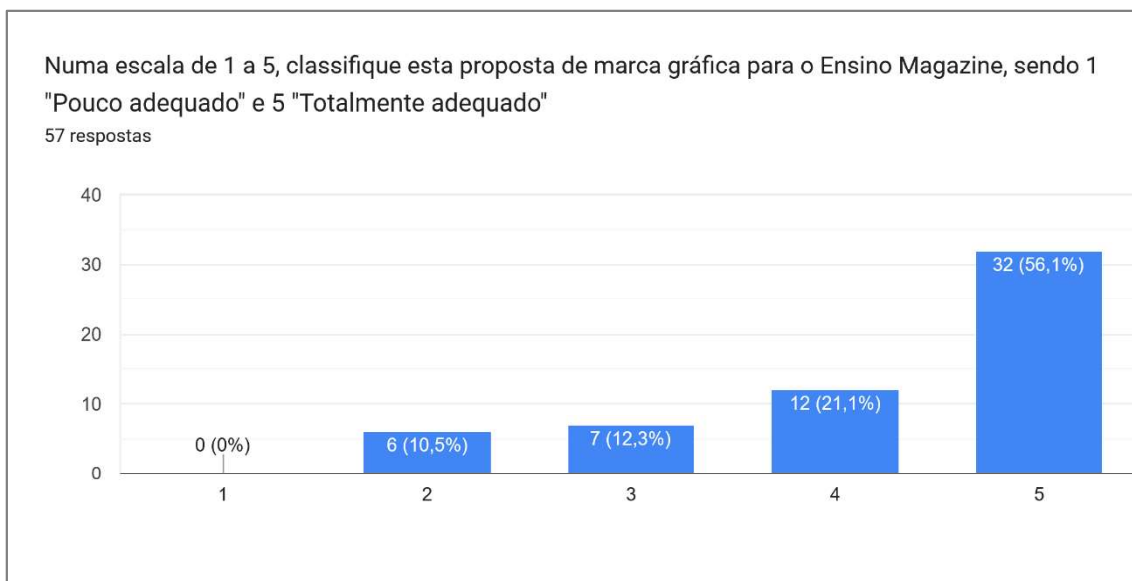


Gráfico 26 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a marca gráfica do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

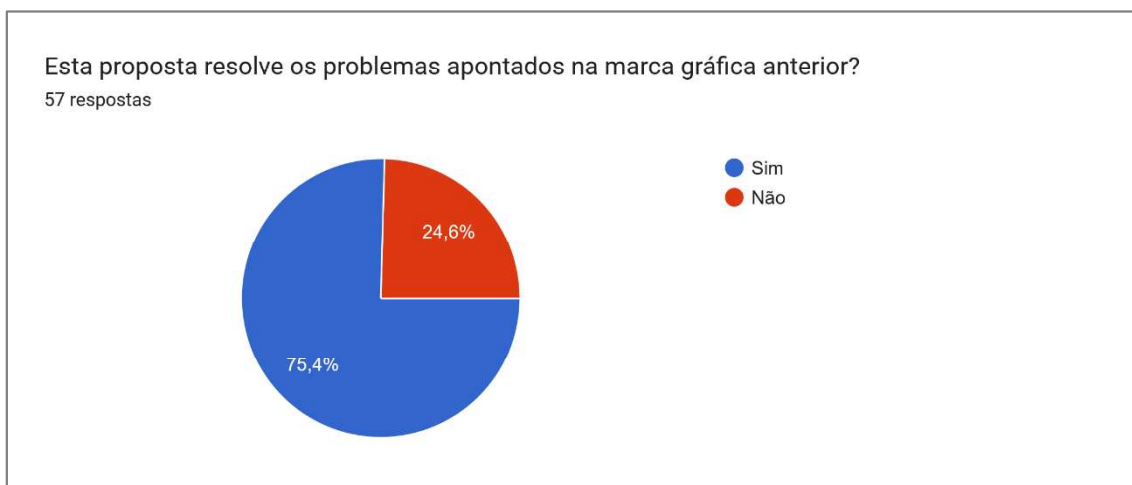


Gráfico 27 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à marca gráfica atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

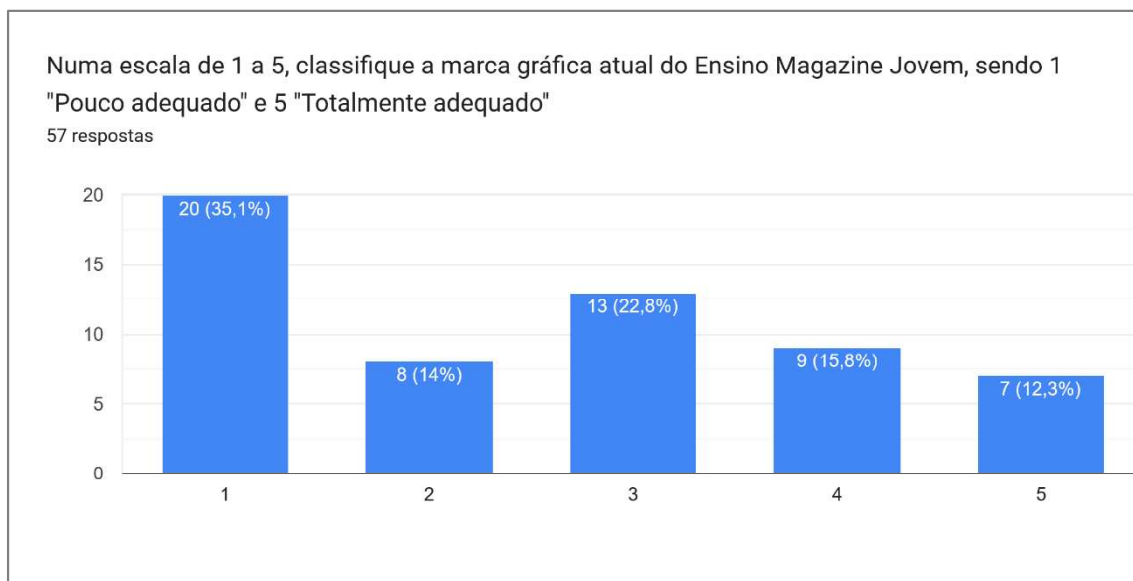


Gráfico 28 — Análise pragmática da classificação da marca gráfica atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

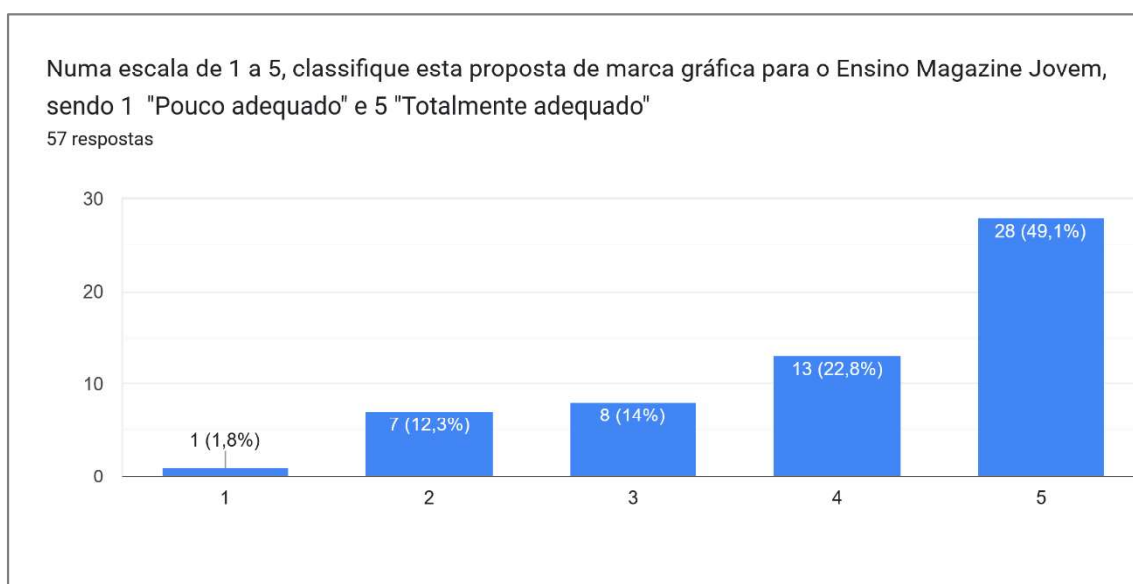


Gráfico 29 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a marca gráfica do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

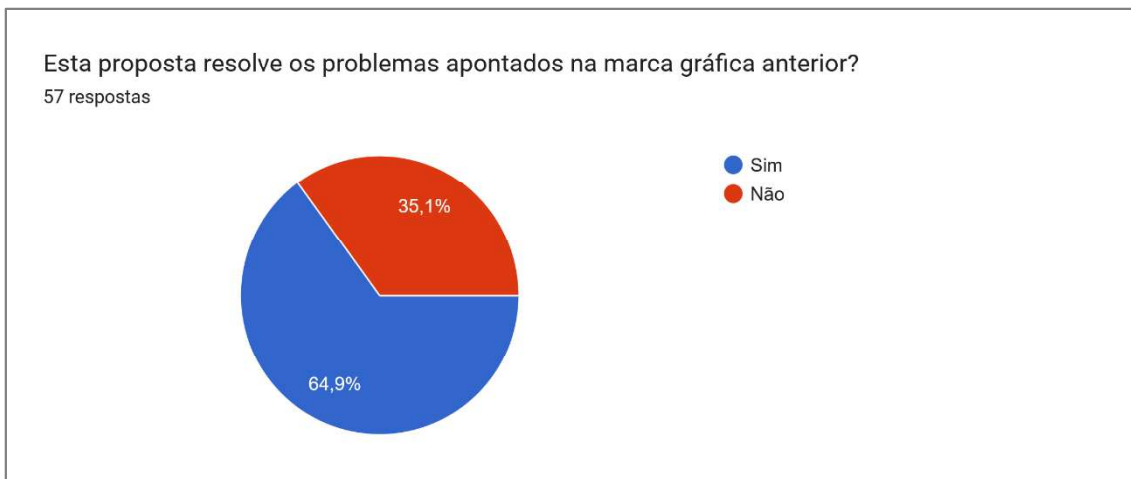


Gráfico 30 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à marca gráfica atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

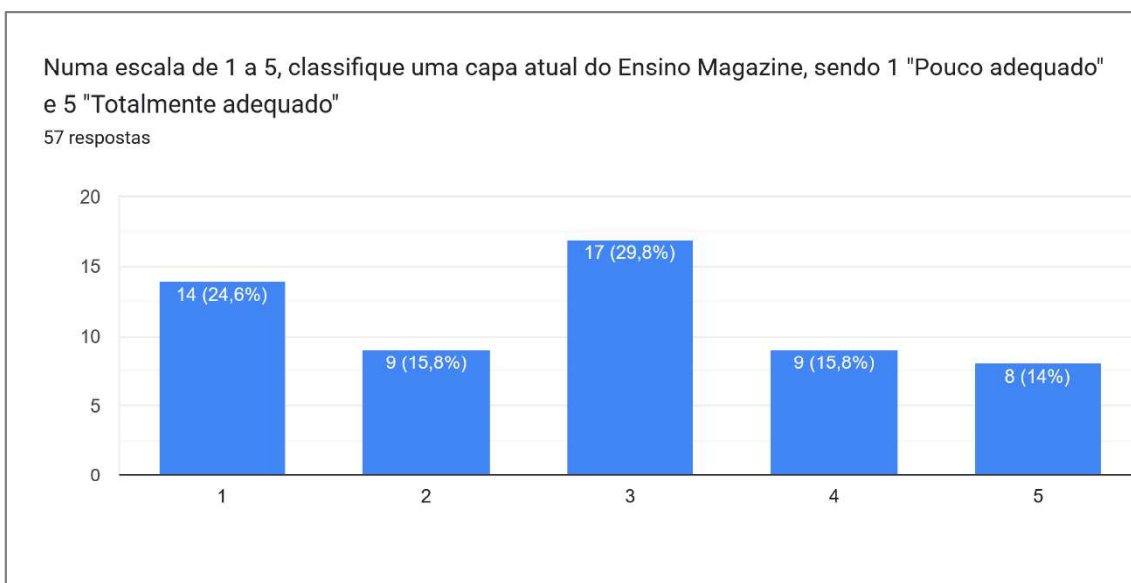


Gráfico 31 — Análise pragmática da classificação da primeira página atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

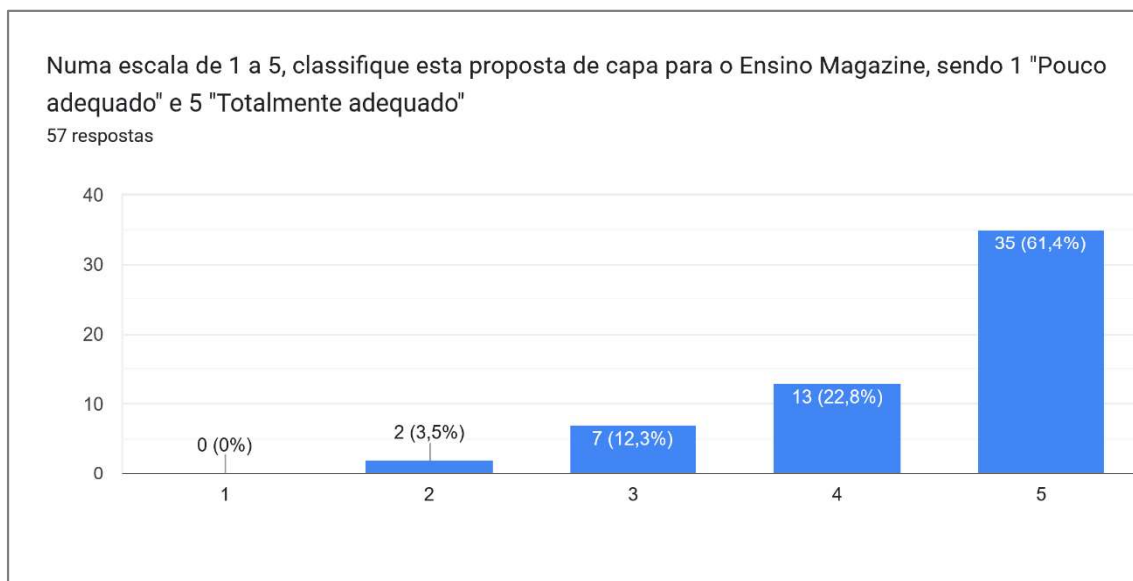


Gráfico 32 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a primeira página do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

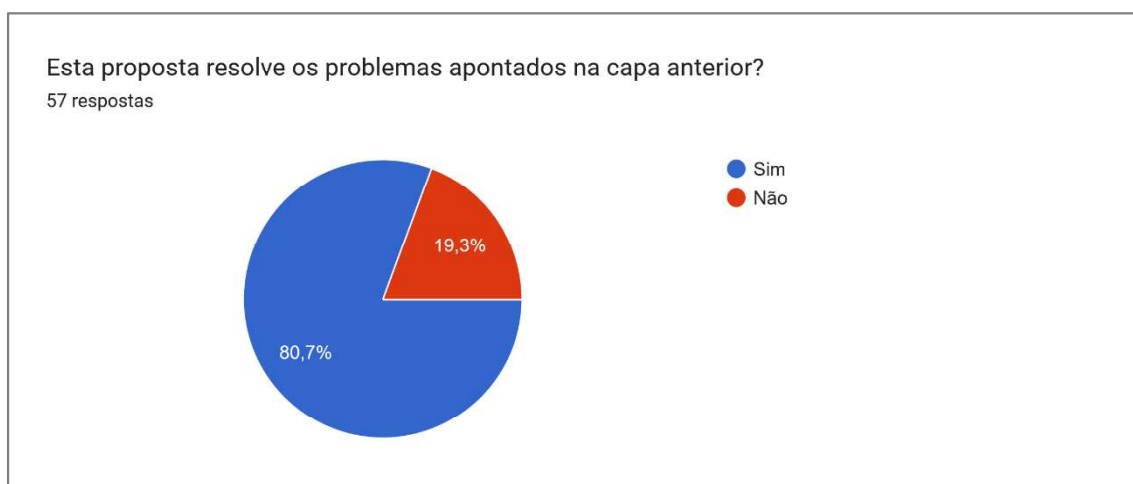


Gráfico 33 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à primeira página atual do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

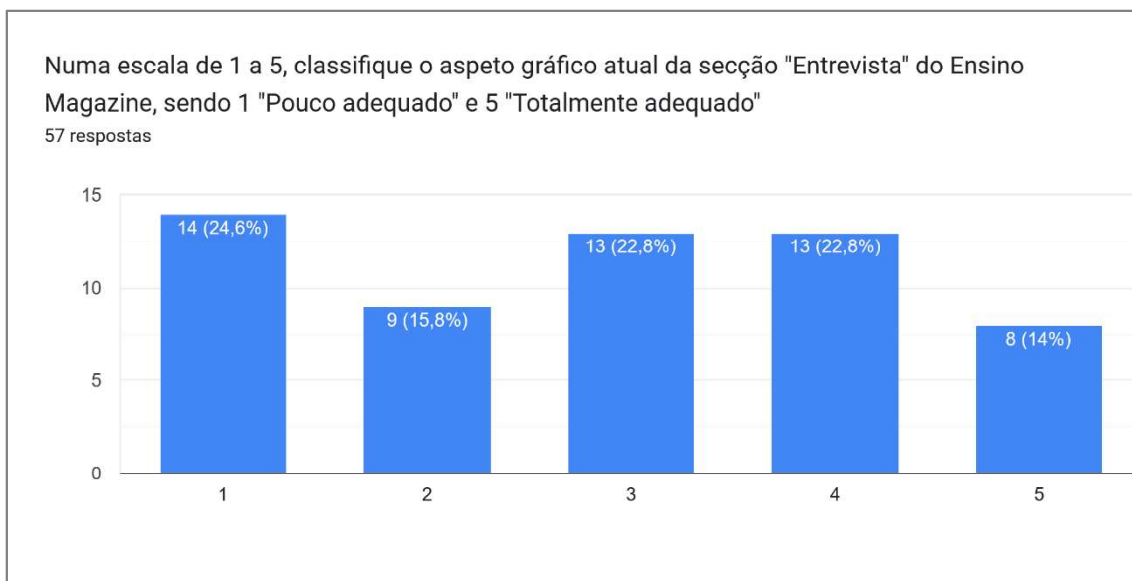


Gráfico 34 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da secção "Entrevista" do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

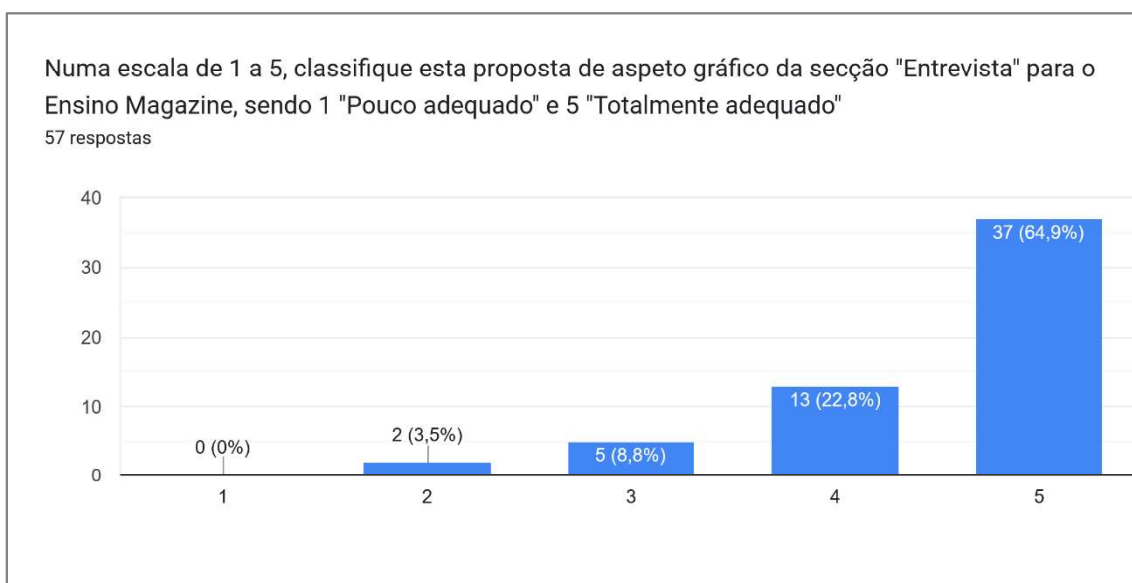


Gráfico 35 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para o aspeto gráfico atual da secção "Entrevista" do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

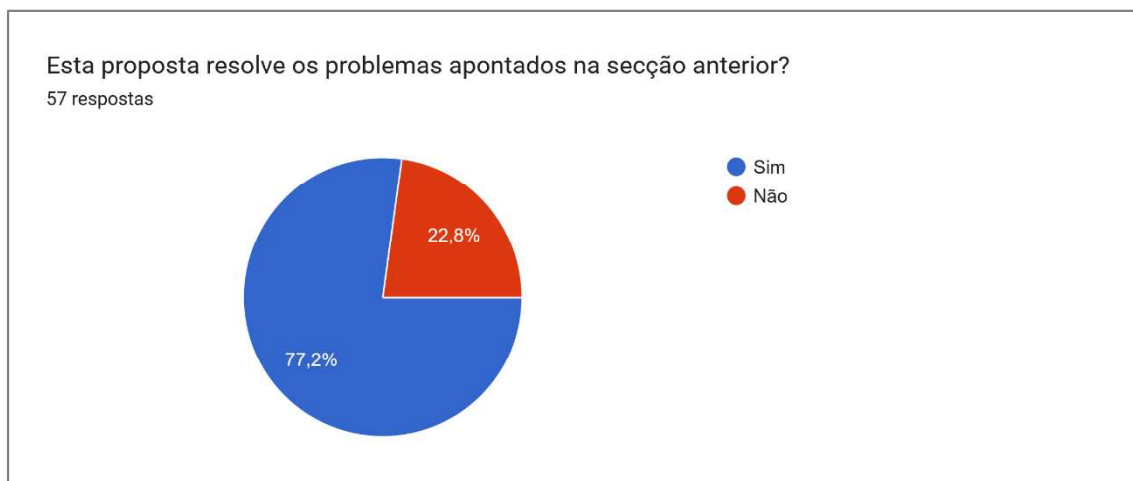


Gráfico 36 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da secção “Entrevista” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

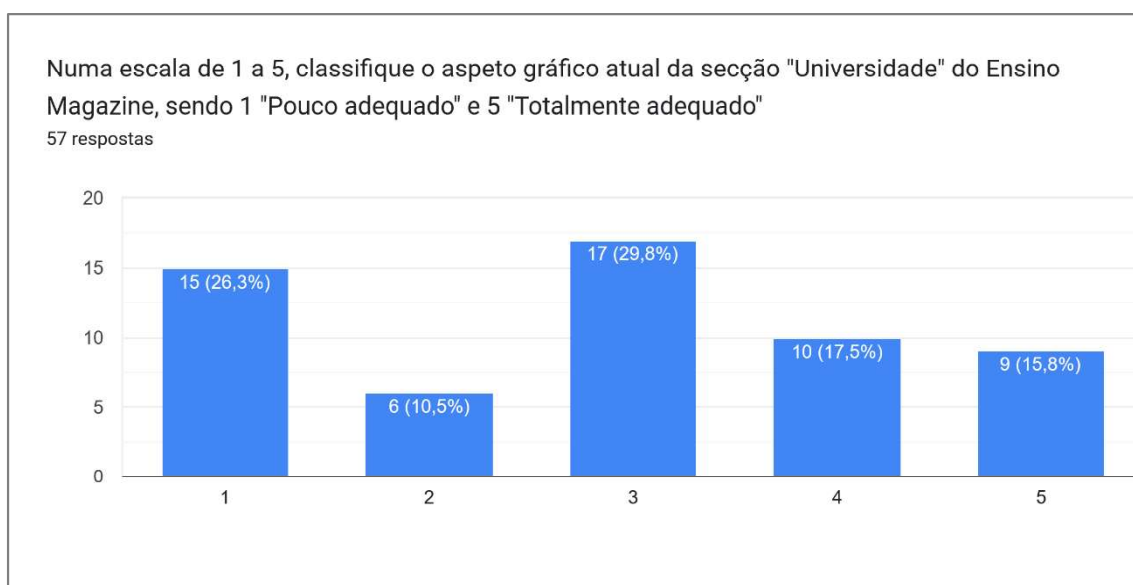


Gráfico 37 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da secção “Universidade” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

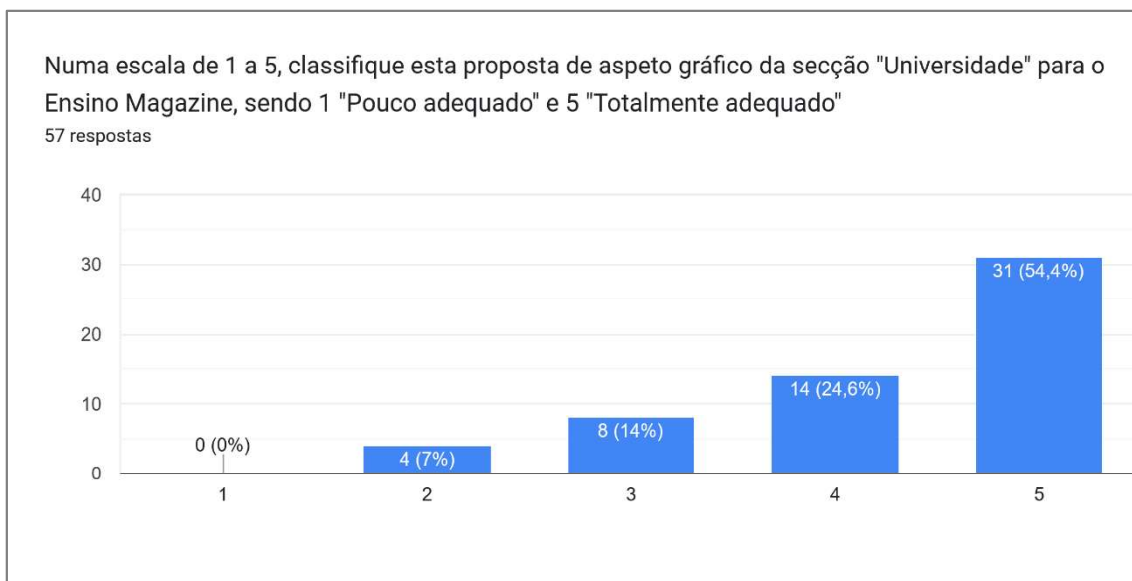


Gráfico 38 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para o aspeto gráfico atual da secção “Universidade” do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

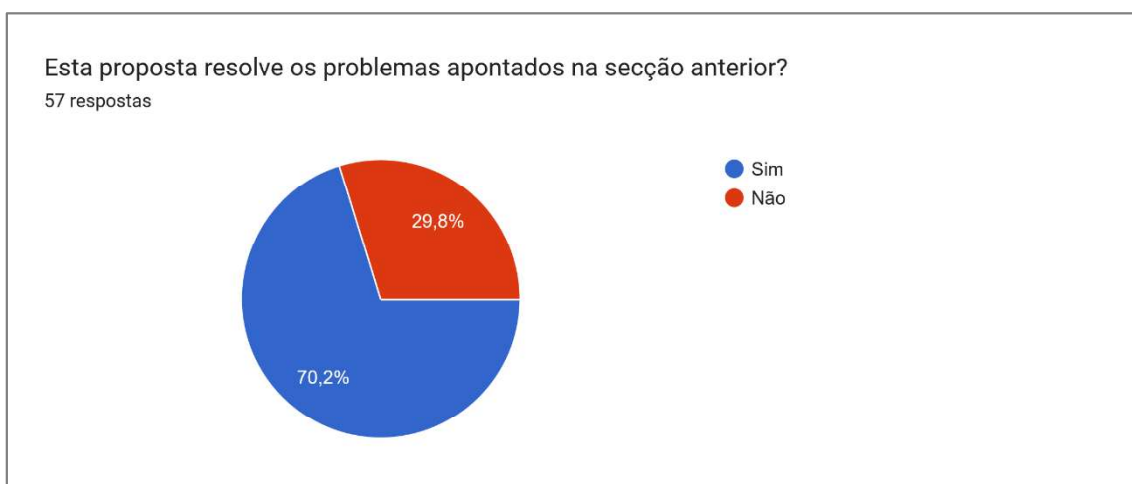


Gráfico 39 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da secção “Universidade” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

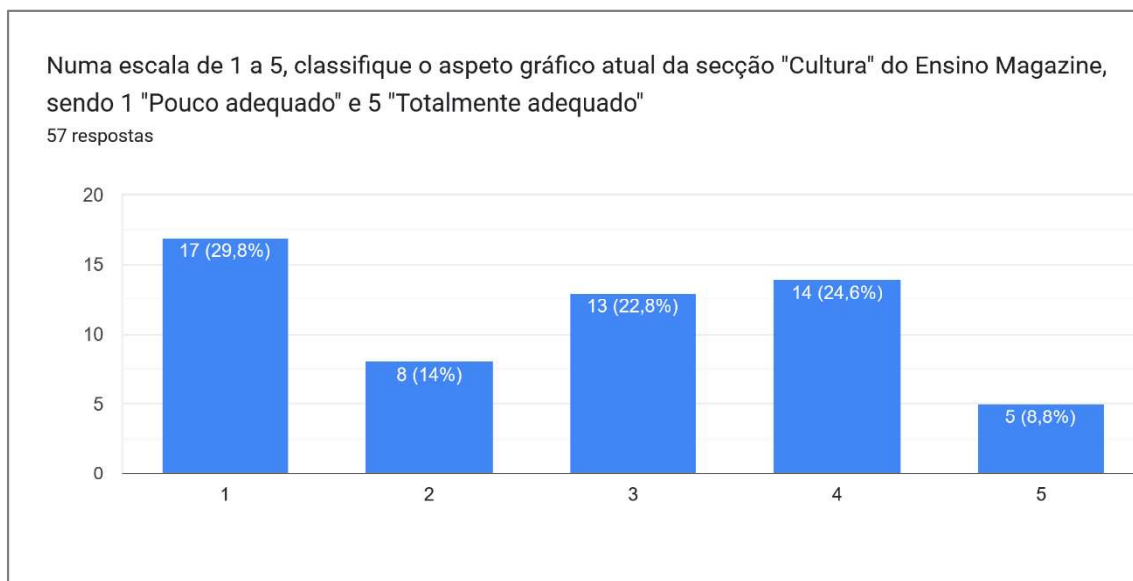


Gráfico 40 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da secção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

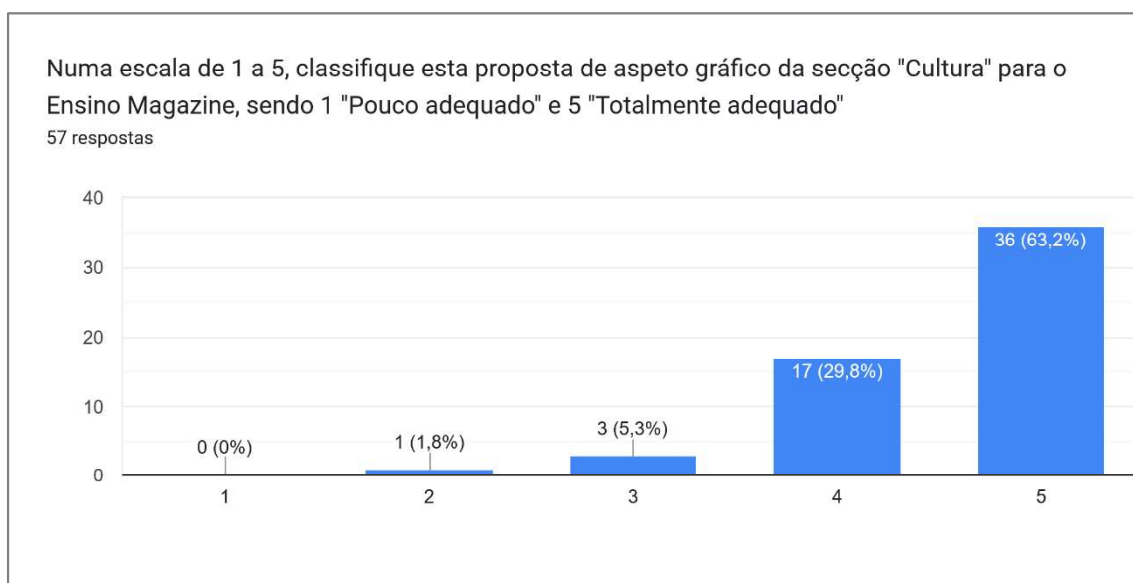


Gráfico 41 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da secção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

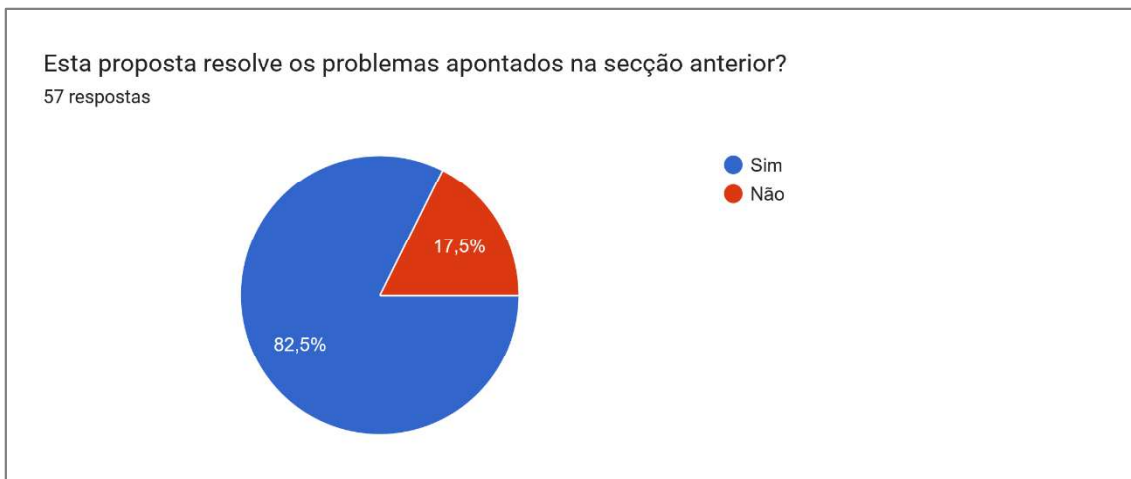


Gráfico 42 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da secção “Cultura” do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

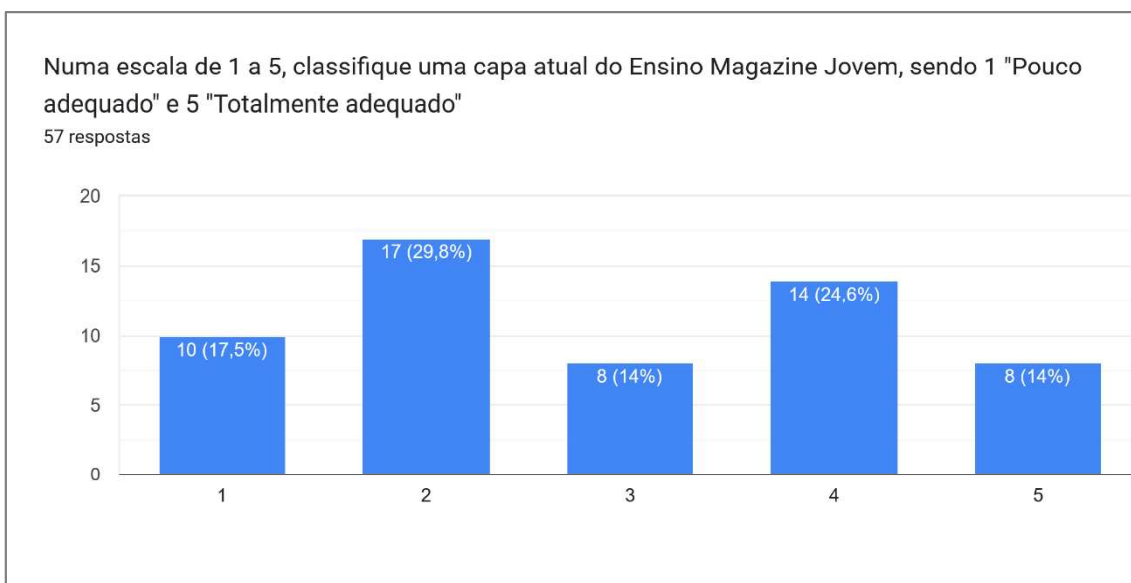


Gráfico 43 — Análise pragmática da classificação da primeira página atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

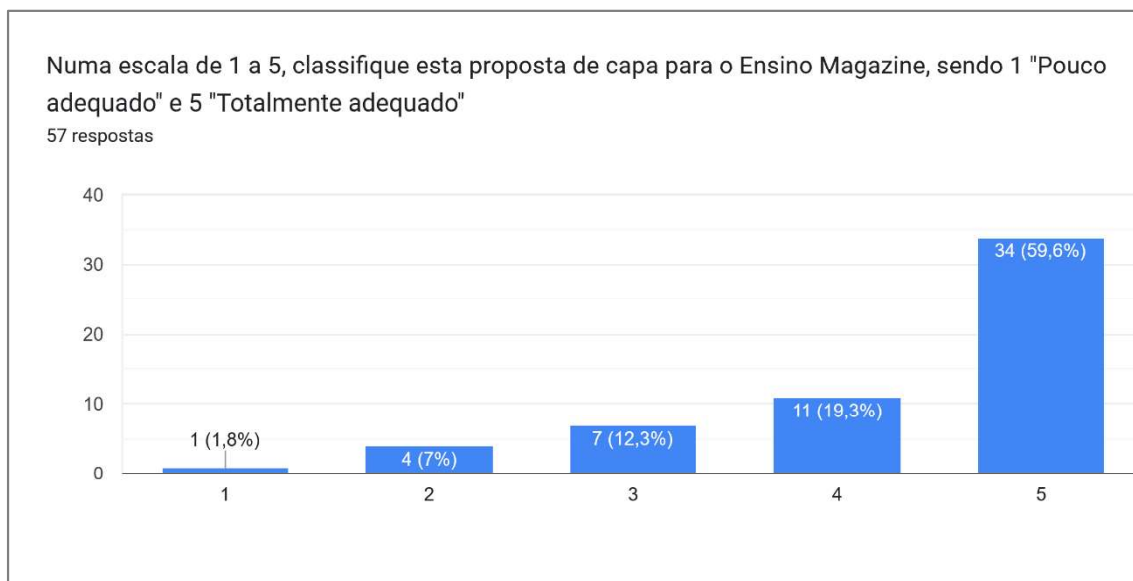


Gráfico 44 — Análise pragmática da classificação da proposta criada para a primeira página do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

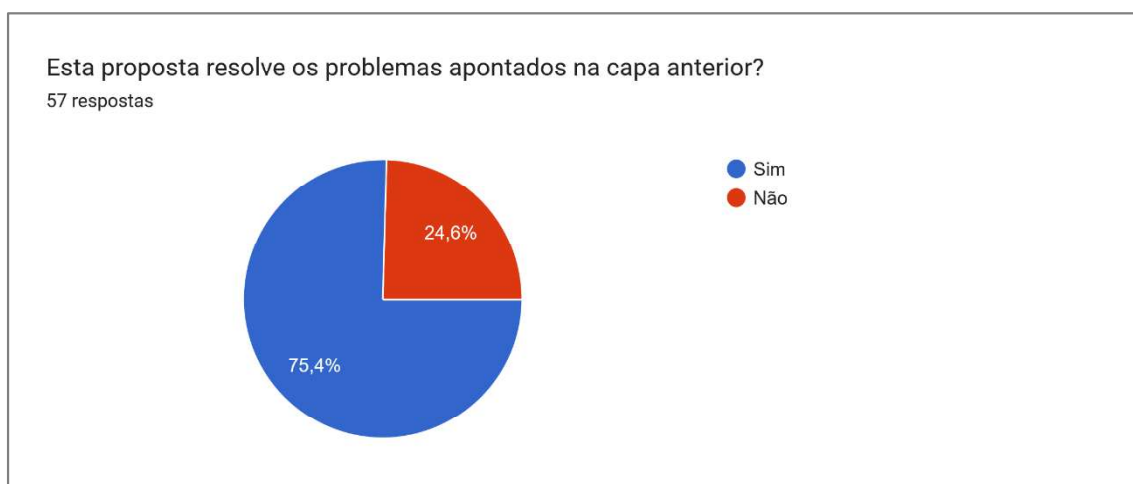


Gráfico 45 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação à primeira página atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

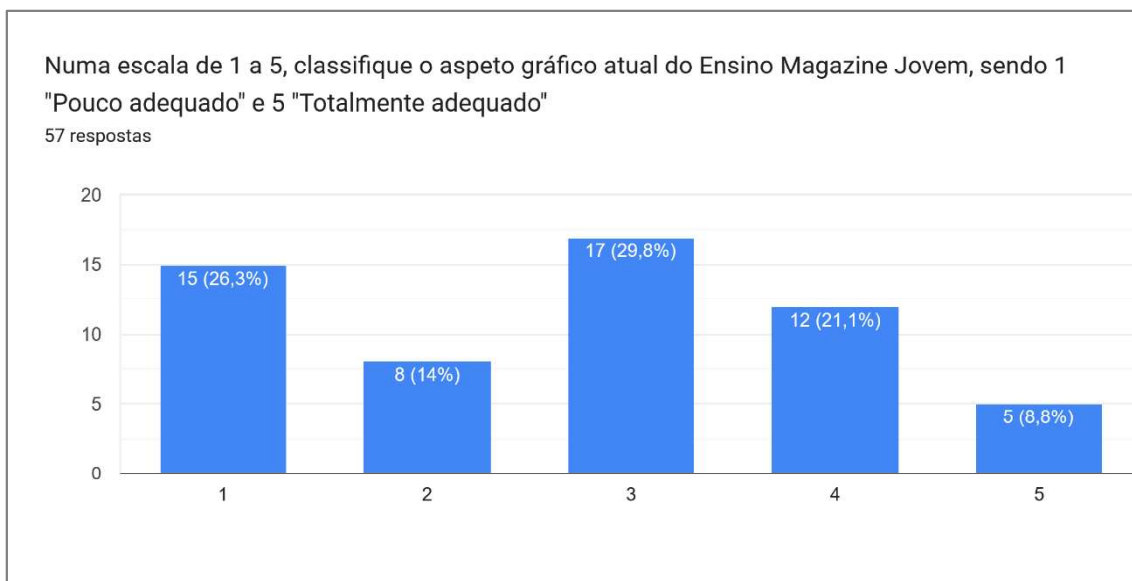


Gráfico 46 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

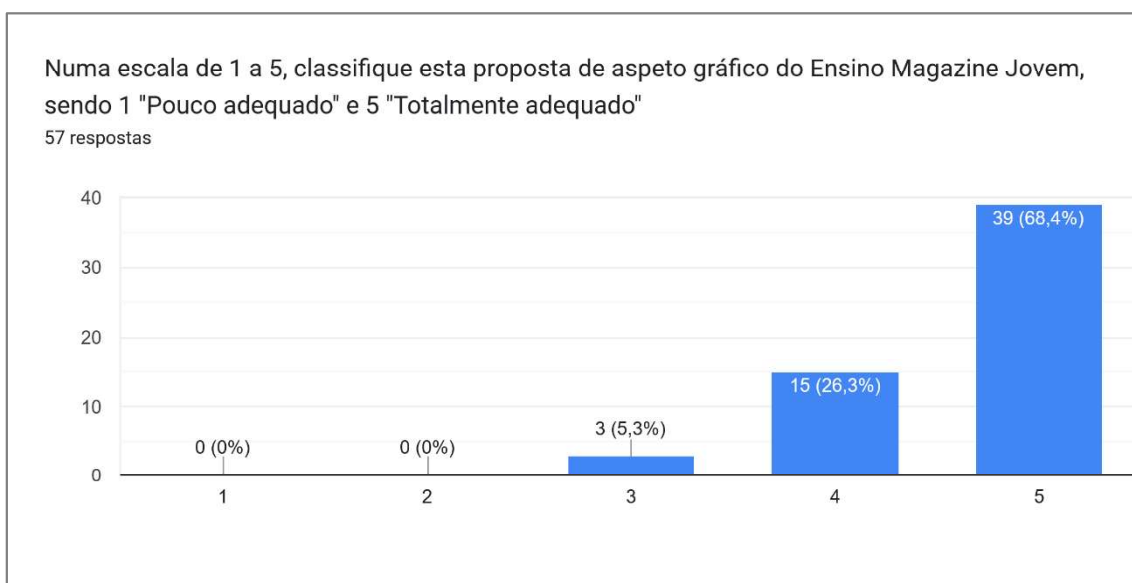


Gráfico 47 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

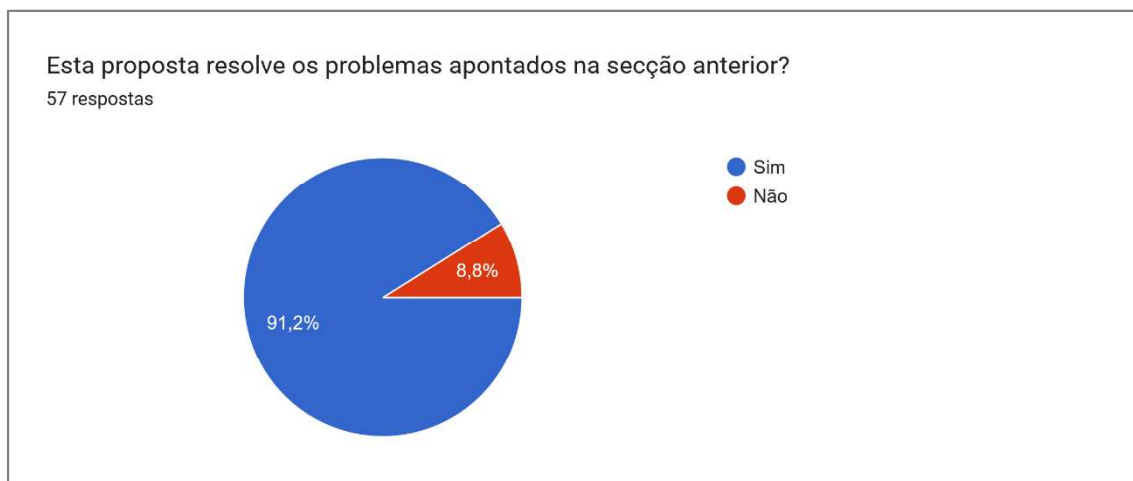


Gráfico 48 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto atual do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

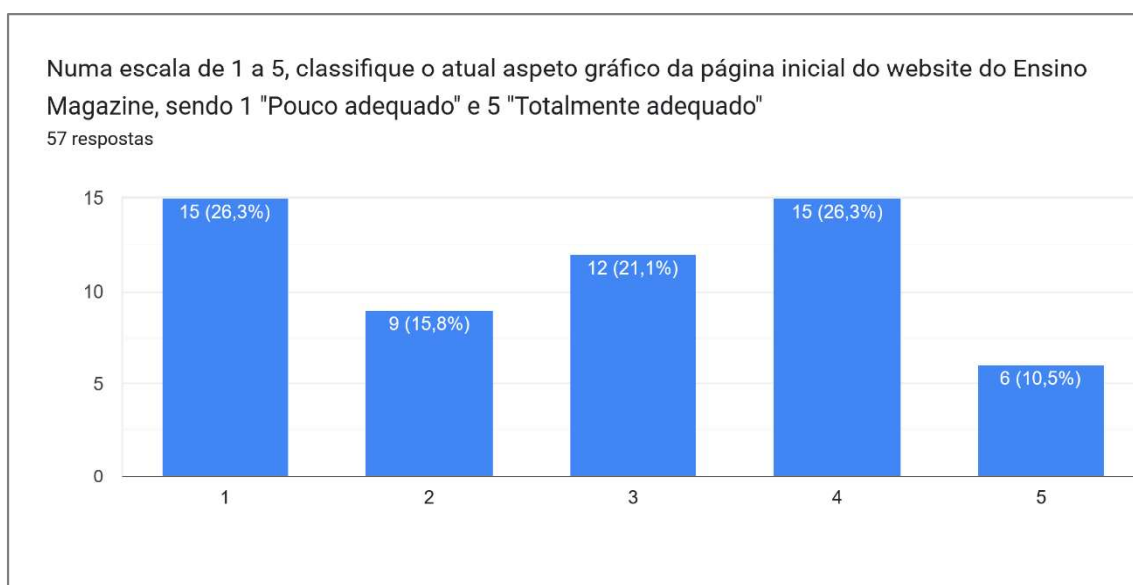


Gráfico 49 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual do *website* do Ensino Magazine Jovem no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

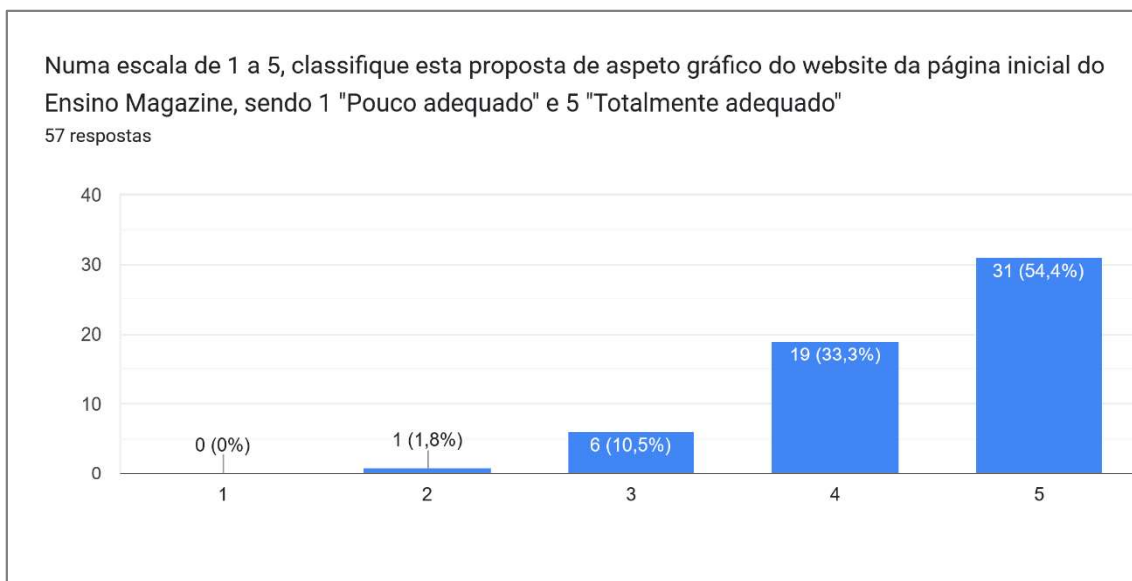


Gráfico 50 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do *website* do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

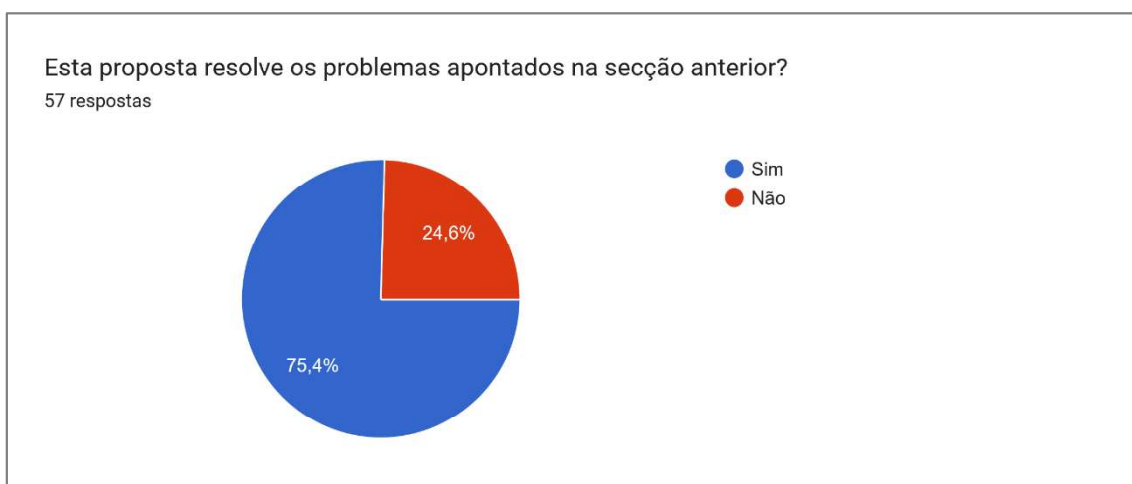


Gráfico 51 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual do *website* do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

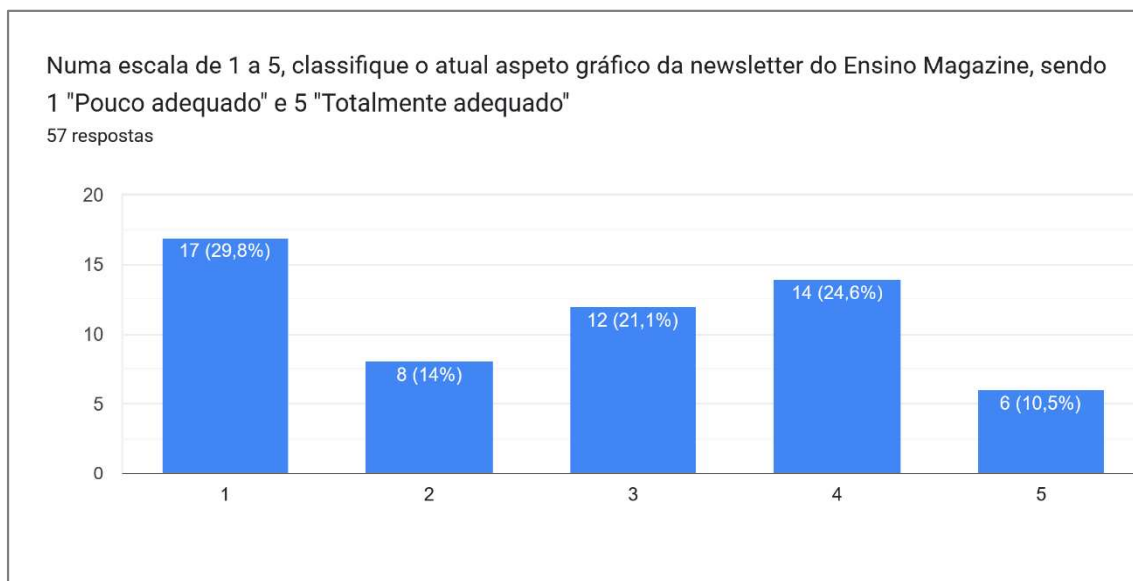


Gráfico 52 — Análise pragmática da classificação do aspeto gráfico atual da *newsletter* do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

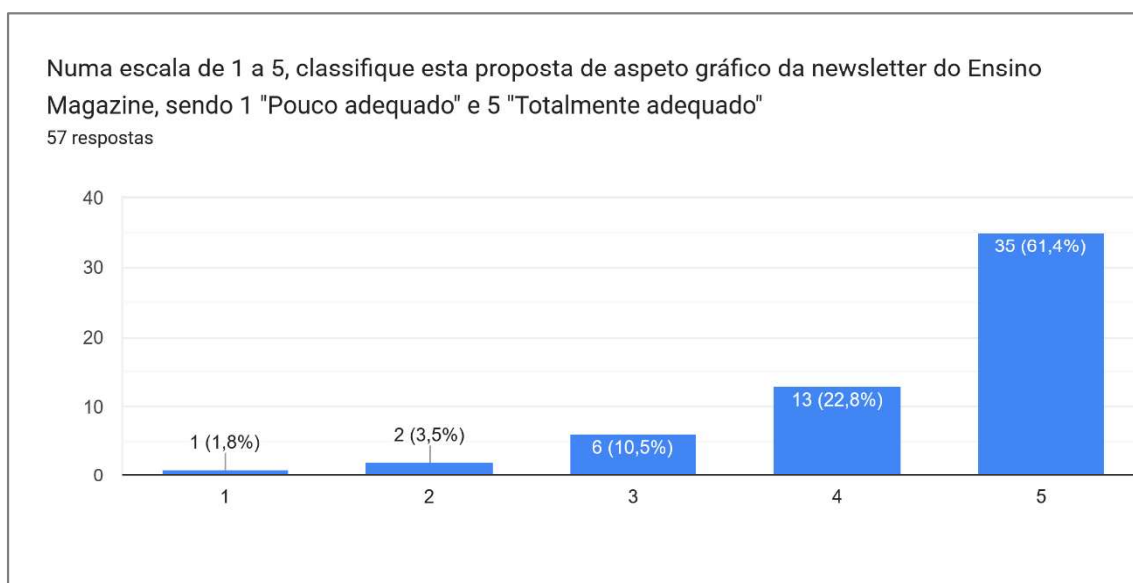


Gráfico 53 — Análise pragmática da classificação da proposta do aspeto gráfico do *website* do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

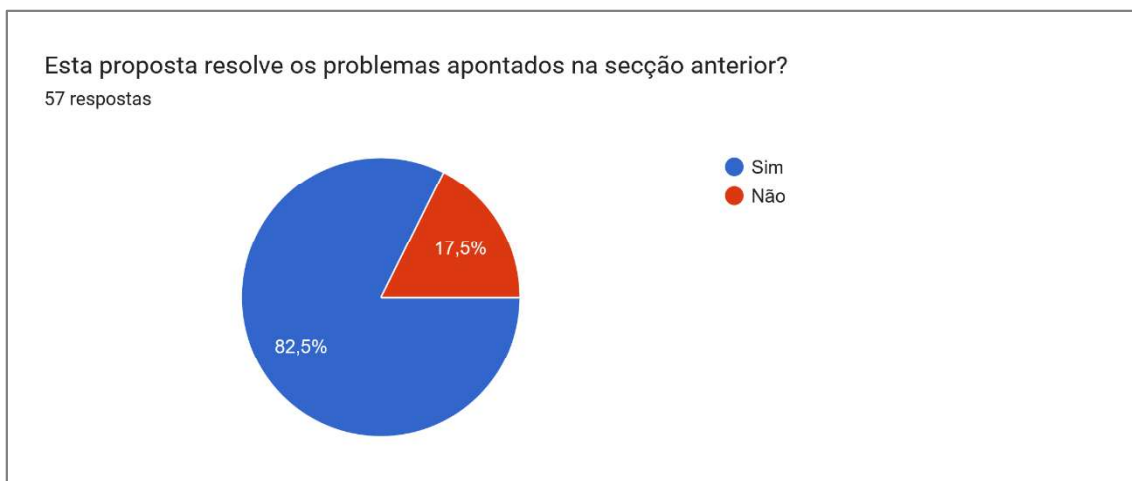


Gráfico 54 — Análise pragmática de satisfação da proposta em relação ao aspeto gráfico atual da *newsletter* do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).



Gráfico 55 — Análise pragmática da implementação das propostas do Ensino Magazine no segundo questionário. (Fonte: Autora, 2025).

Tabela 5 — Percentagem de respostas relativamente às sugestões dadas para o projeto já existente (a laranja e à esquerda) e para o projeto gráfico criado pela mestranda (a azul e à direita). (Fonte: Autora, 2025).

Marca gráfica do Ensino Magazine			
Modernizar	40,3%	Alterar forma	15,7%
Mudar cor	17,5%	Mudar cor	7%
Mudar tipografia	17,5%	Alterar tipografia	5,2%

Mudar ordem das palavras	8,7%	Nenhuma	73,6%
Nenhuma	28%		
Marca gráfica do Ensino Magazine Jovem			
Associar à outra marca	5,2%	Acrescentar Ensino Magazine	3,5%
Modernizar	22,8%	Alterar cor	12,2%
Mudar tipografia	3,5%	Alterar tipografia	3,5%
Mudar cor	28%	Alterar forma	14%
Nenhuma	31,5%	Demasiado atual	1,7%
		Modernizar	3,5%
		Nenhuma	63,1%
Aspetto gráfico – primeira página do Ensino Magazine			
Alterar cor	8,7%	Alterar cor	7%
Alterar grafismo	5,2%	Alterar logótipo	3,5%
Alterar logótipo	1,7%	Nenhuma	89,4%
Modernizar	7%		
Mudar organização	40,3%		
Remover publicidade	1,7%		
Nenhuma	40,3%		
Aspetto gráfico – secção “Entrevista”			
Adicionar destaques	31,5%	Adicionar destaques	3,5%
Adicionar subtítulos e intertítulos	3,5%	Adicionar subtítulos e intertítulos	1,7%
Alterar cor	1,7%	Adicionar mais cor	3,5%
Alterar tipografia	3,5%	Aumentar tipografia	1,7%
Modernizar	3,5%	Modernizar	1,7%
Alterar organização	10,5%	Organização	1,7%
Nenhuma	45,6%	Remover publicidade	1,7%
		Nenhuma	84,2%

Aspetto gráfico – secção “Universidade”			
Adicionar destaques	19,2%	Alterar cores	5,2%
Alterar cores	3,5%	Alterar tipografia	3,5%
Alterar grafismo	1,7%	Aumentar imagens	1,7%
Aumentar imagens	5,2%	Melhorar organização	8,7%
Melhorar tipografia	3,5%	Nenhuma	78,9%
Modernizar	7%		
Melhorar organização	10,5%		
Nenhuma	49,1%		
Aspetto gráfico – secção “Cultura”			
Adicionar destaques	3,5%	Adicionar antetítulos	1,7%
Aumentar imagens	22,8%	Adicionar destaques	3,5%
Modernizar	8,7%	Adicionar mais imagens	1,7%
Melhorar organização	15,7%	Aumentar tamanho da letra	1,7%
Nenhuma	49,1%	Mais simetria	1,7%
		Menos destaques	1,7%
		Nenhuma	87,7%
Aspetto gráfico – primeira página do Ensino Magazine Jovem			
Adicionar destaques	19,2%	Alterar cor	5,2%
Alterar cores	5,2%	Alterar logótipo	1,7%
Alterar logótipo	8,7%	Modernizar	1,7%
Modernizar	8,7%	Melhorar organização	10,5%
Melhorar organização	8,7%	Nenhuma	80,7%
Nenhuma	49,1%		
Aspetto gráfico – Ensino Magazine Jovem			

Adicionar destaques	29,8%	Aumentar imagens	1,7%
Modernizar	1,7%	Aumentar tamanho da letra	1,7%
Melhorar organização	24,5%	Melhorar organização	1,7%
Nenhuma	43,8%	Nenhuma	94,7%
Aspetto gráfico – Website			
Adicionar destaques	1,7%	Alterar logótipo	1,7%
Alternar publicidade	14%	Melhorar cabeçalho	1,7%
Aumentar imagens	1,7%	Melhorar organização	3,5%
Melhorar organização	22,8%	Nenhuma	92,9%
Nenhuma	52,6%		
Aspetto gráfico – Newsletter			
Adicionar destaques	14%	Alterar cores	3,5%
Alterar cores	5,2%	Alterar logótipo	1,7%
Alterar grafismo	1,7%	Melhorar organização	5,2%
Alterar logótipo	3,5%	Nenhuma	89,4%
Modernizar	15,7%		
Melhorar organização	7%		
Remover “Saiba mais”	1,7%		
Nenhuma	50,8%		
Propostas			
		Alteração formato do jornal	1,7%
		Alterar cores	3,5%
		Aumentar tamanho da letra	1,7%
		Manter o logótipo	1,7%

		Melhorar o Ensino Magazine Jovem	1,7%
		Melhorar organização	1,7%
		Nenhuma	87,7%

Apêndice C – Projeto gráfico



Figura 325 — Primeira página desenvolvida para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 326 — Páginas 2 e 3 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 327 — Páginas 4 e 5 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 328 — Páginas 6 e 7 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

UNIVERSIDADE

UNIVERSIDADE DE ÉVORA Sociologia debate 25 de Abril

O Departamento de Sociologia da Universidade de Évora realizou o seu primeiro ciclo de conferências de Sociologia de Colóquio de Sociologia, a 25 de Abril, com o tema "25 de Abril: 50 anos depois".

O programa incluía a apresentação de três palestras, a abertura do ciclo de conferências de Sociologia de Colóquio de Sociologia, a 25 de Abril, com o tema "25 de Abril: 50 anos depois".

ÉVORA Desporto e Saúde em Jornadas

A Universidade de Évora vai celebrar, em 2024, o seu 50.º aniversário. Para comemorar este importante marco, a Universidade de Évora vai celebrar, em 2024, o seu 50.º aniversário.

UE Évora acolheu encontro de cultura

A Universidade de Évora acolheu, em 2024, o seu 50.º aniversário. Para comemorar este importante marco, a Universidade de Évora vai celebrar, em 2024, o seu 50.º aniversário.

ALentejo 2024 U. Évora garante um milhão

A Universidade de Évora garante um milhão de euros para o Alentejo em 2024. Este valor será destinado a apoiar projetos de desenvolvimento regional e social.

UNIVERSIDADE DE ÉVORA Turismo e cultura juntos

A Universidade de Évora promove a integração entre o turismo e a cultura. Este projeto visa atrair mais visitantes e promover o desenvolvimento local.

Ensin Magazine Novembro de 2024

Ensin Magazine Novembro de 2024

INAUGURAÇÃO DE ESPAÇOS DO IPCB Luís Montenegro destaca papel das IES do Interior do País

O Primeiro-Ministro destacou o papel das Instituições de Ensino Superior do Interior do País na promoção do desenvolvimento regional e social. A inauguração dos espaços do IPCB é um marco importante para estas regiões.

Luís Montenegro, Primeiro-Ministro, destacou o papel das Instituições de Ensino Superior do Interior do País na promoção do desenvolvimento regional e social. A inauguração dos espaços do IPCB é um marco importante para estas regiões.

O Primeiro-Ministro destacou o papel das Instituições de Ensino Superior do Interior do País na promoção do desenvolvimento regional e social. A inauguração dos espaços do IPCB é um marco importante para estas regiões.

IPCB ESGIN aproxima-se do Brasil

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) aproxima-se do Brasil através de uma parceria com o ESGIN. Esta iniciativa visa promover a cooperação académica e científica entre os dois países.

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) aproxima-se do Brasil através de uma parceria com o ESGIN. Esta iniciativa visa promover a cooperação académica e científica entre os dois países.

Figura 329 — Páginas 8 e 9 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensin Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

POLITÉCNICO

IPCB Sapiciência, prémios e qualidade de vida

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social.

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social.

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social.

Ensin Magazine Novembro de 2024

POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO 100 Anos de existência

O Politécnico de Castelo Branco celebra o seu 100.º aniversário. Esta é uma ocasião importante para refletir sobre a trajetória da instituição e o seu impacto na sociedade.

O Politécnico de Castelo Branco celebra o seu 100.º aniversário. Esta é uma ocasião importante para refletir sobre a trajetória da instituição e o seu impacto na sociedade.

O Politécnico de Castelo Branco celebra o seu 100.º aniversário. Esta é uma ocasião importante para refletir sobre a trajetória da instituição e o seu impacto na sociedade.

O Politécnico de Castelo Branco celebra o seu 100.º aniversário. Esta é uma ocasião importante para refletir sobre a trajetória da instituição e o seu impacto na sociedade.

O Politécnico de Castelo Branco celebra o seu 100.º aniversário. Esta é uma ocasião importante para refletir sobre a trajetória da instituição e o seu impacto na sociedade.

Ensin Magazine Novembro de 2024

Ensin Magazine Novembro de 2024

POLITÉCNICO DE LEIRIA Universidade do Oeste avança

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

O Politécnico de Leiria destaca a sua capacidade de oferecer educação de qualidade e promover o desenvolvimento regional e social. A Universidade do Oeste avança com esta iniciativa.

Figura 330 — Páginas 10 e 11 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensin Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 331 — Páginas 12 e 13 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 332 — Páginas 14 e 15 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 339 — Página 28 e primeira página do Ensino Magazine Jovem desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 340 — Páginas 30 e 31 desenvolvidas para a edição de novembro de 2024 do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

Apêndice D – Manual de identidade visual e livro de estilos



Figura 344 — Capa do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Ensino Magazine Manual de Identidade Visual e Livro de Estilos		INDICE	2
1	A marca Ensino Magazine p.3 A marca p. 4	2	Identidade Visual p.7
			Versões p. 8 Dimensões mínimas e margens de segurança p. 9 Código cromático p. 11 Versão monocromática p. 12 Comportamento sobre fundo de cor p. 14 Comportamento sobre fundos fotográficos p. 15 Grafismos p. 17 Aplicações incorretas p. 20 Família tipográfica p. 22
		3	Livro de estilos p.23
			Grelha p. 24 Cabeçalho p. 25 Tipografia p. 27 Cabeças das páginas p. 29 Antetítulos e títulos p. 30 Corpo de texto p. 33 Intertítulo e olho p. 34 Citações p. 35 Capitulares e linha de créditos p. 36 Destaque em caixas p. 37 Biblioteca de formas p. 38 Distâncias p. 39 Divisores de artigos p. 43

Figura 345 — Índice do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 346 — Separador “A marca Ensino Magazine” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

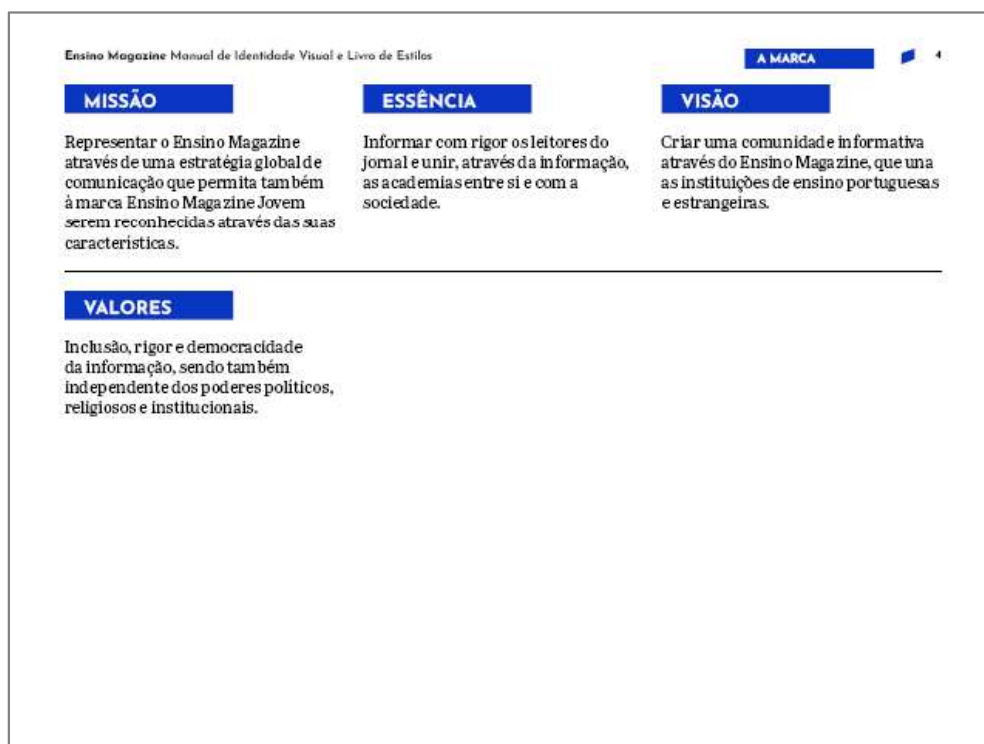


Figura 347 — Página “A marca” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

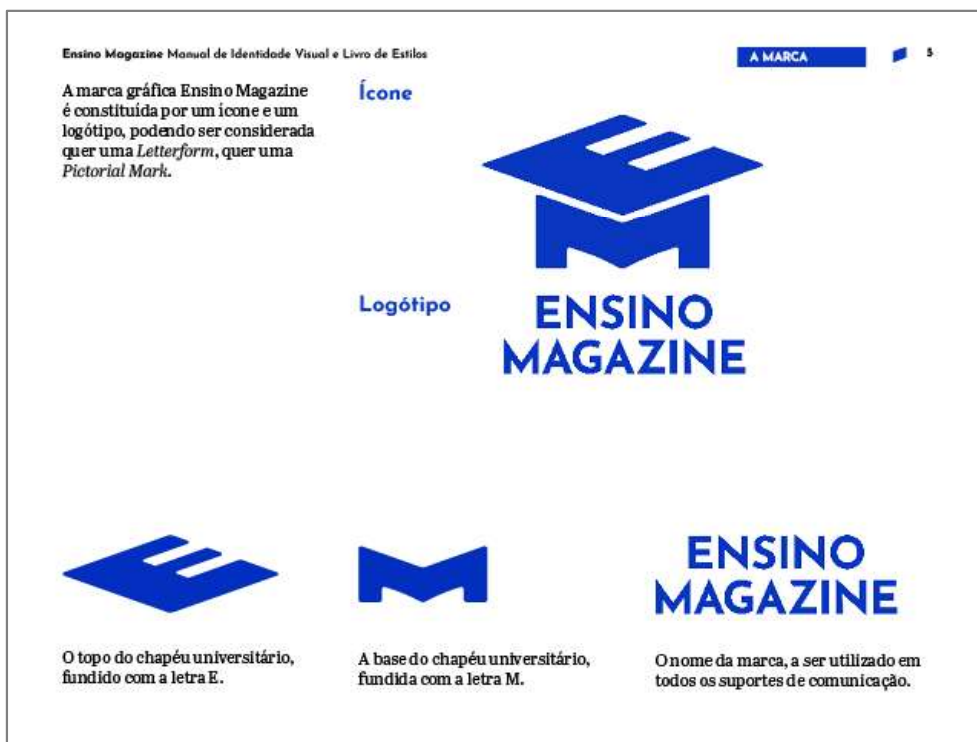


Figura 348 — Página “A marca” referente ao Ensino Magazine do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

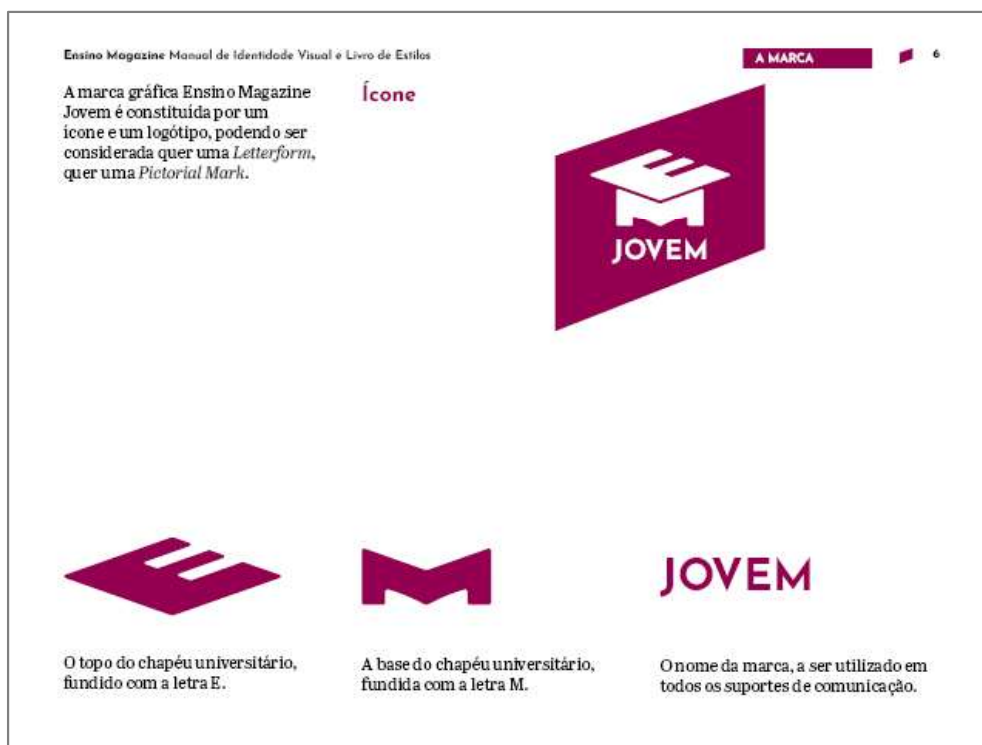


Figura 349 — Página “A marca” referente ao Ensino Magazine Jovem do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 350— Separador “Identidade Visual” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 351 — Página “Versões da Identidade Visual” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 352 — Página “Dimensões mínimas e margens de segurança” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 353 — Página “Dimensões mínimas e margens de segurança” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

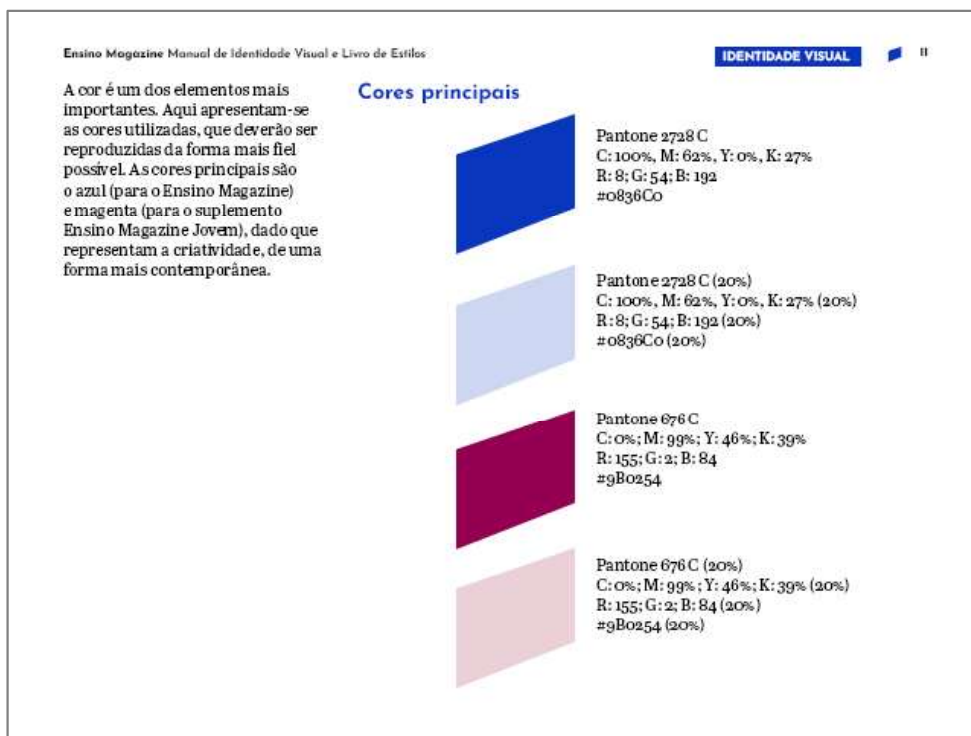


Figura 354 — Página “Cores principais” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

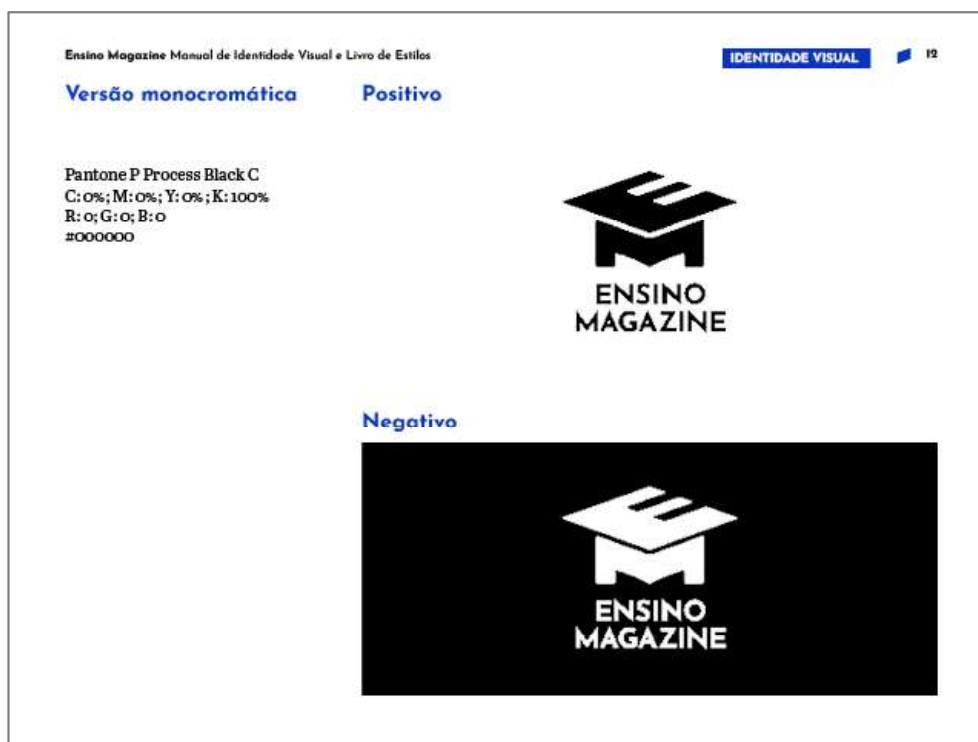


Figura 355 — Página “Versão monocromática” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

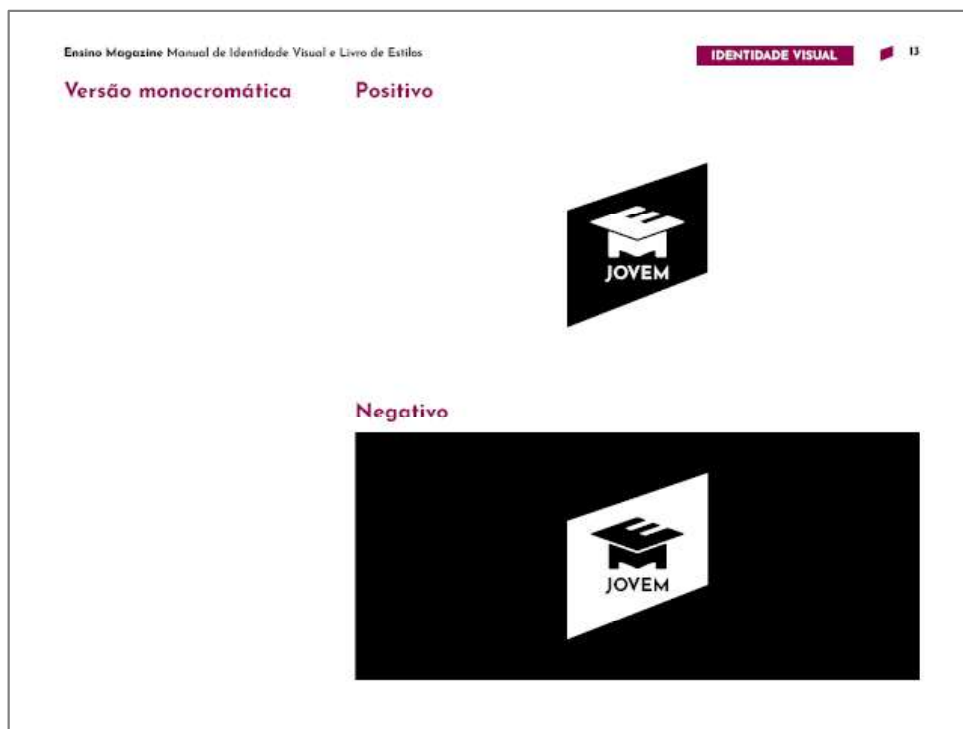


Figura 356 — Página “Versão monocromática” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 357 — Página “Comportamento sobre fundo de cor” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

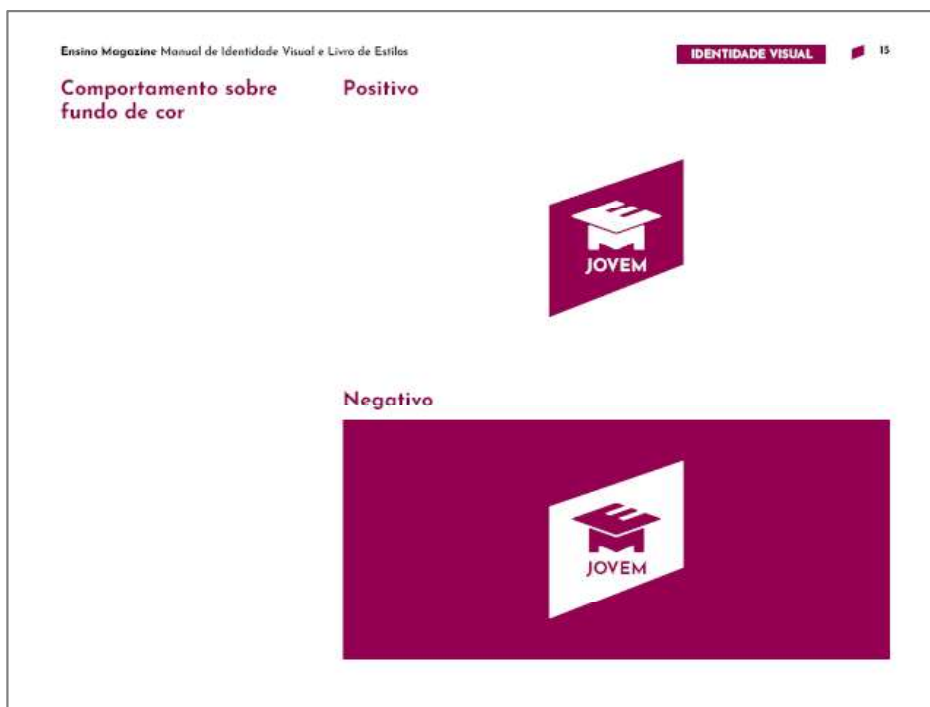


Figura 358 — Página “Comportamento sobre fundo de cor” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).

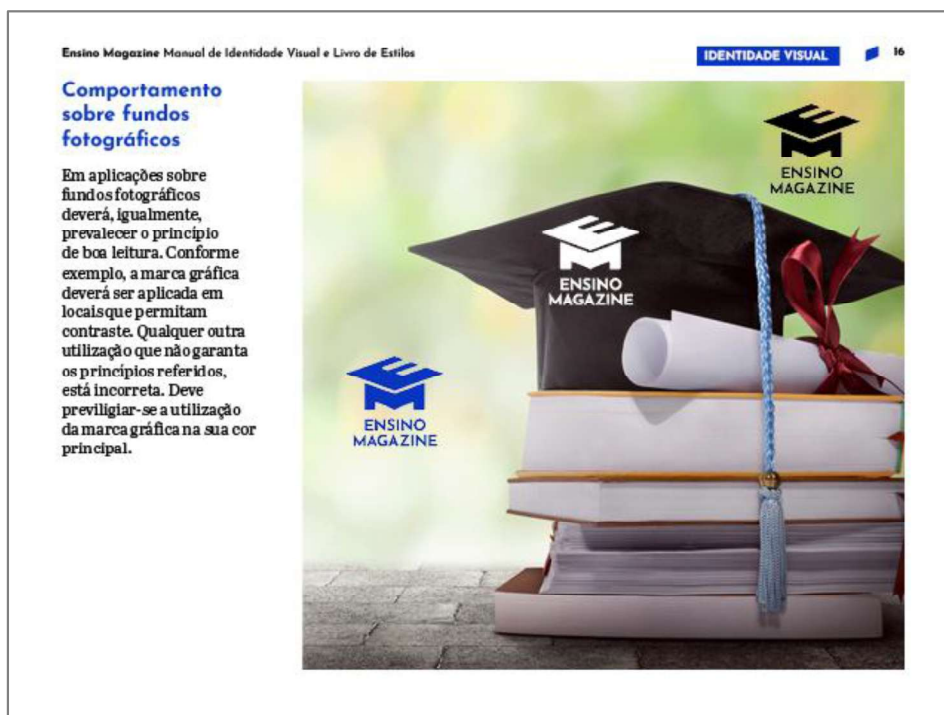


Figura 359 — Página “Comportamento sobre fundos fotográficos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

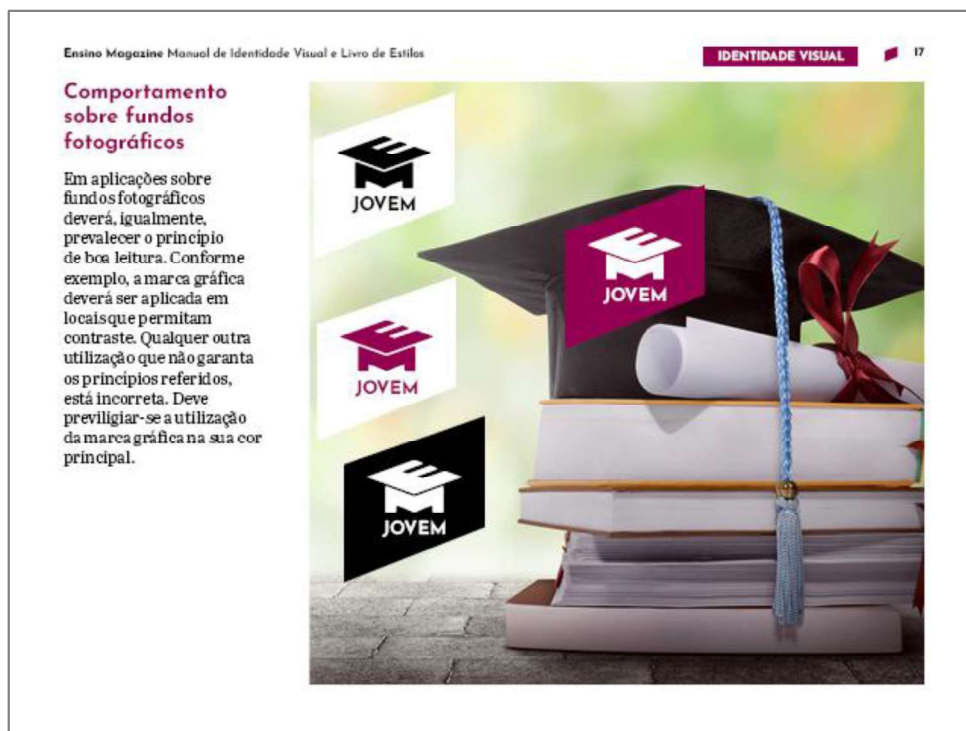


Figura 360 — Página “Comportamento sobre fundos fotográficos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

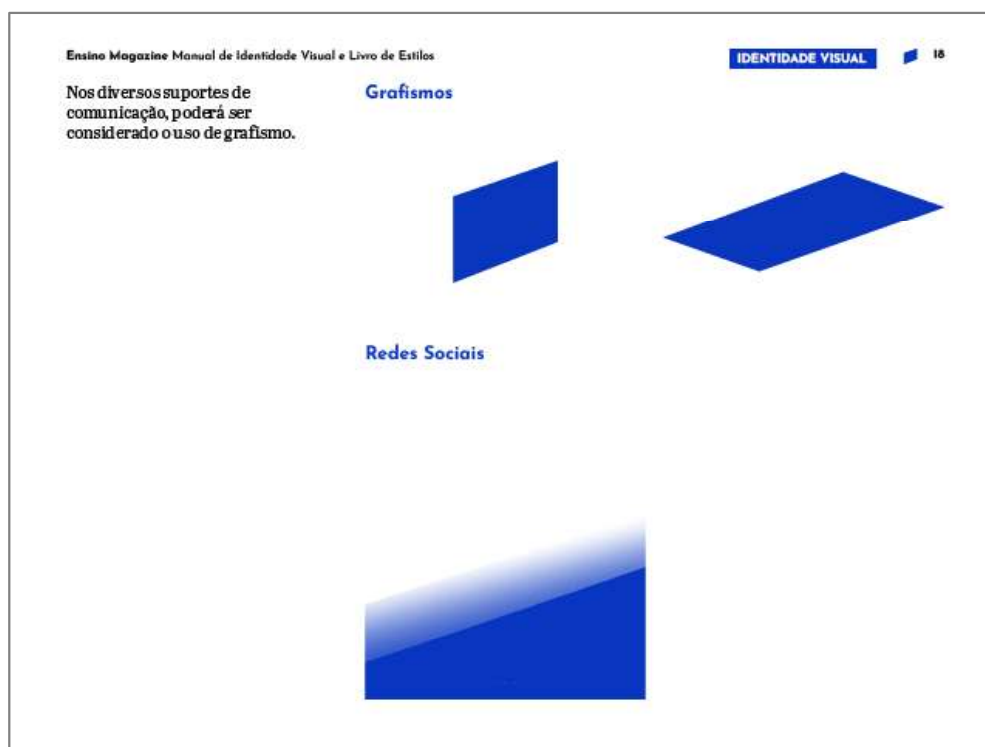


Figura 361 — Página “Grafismo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

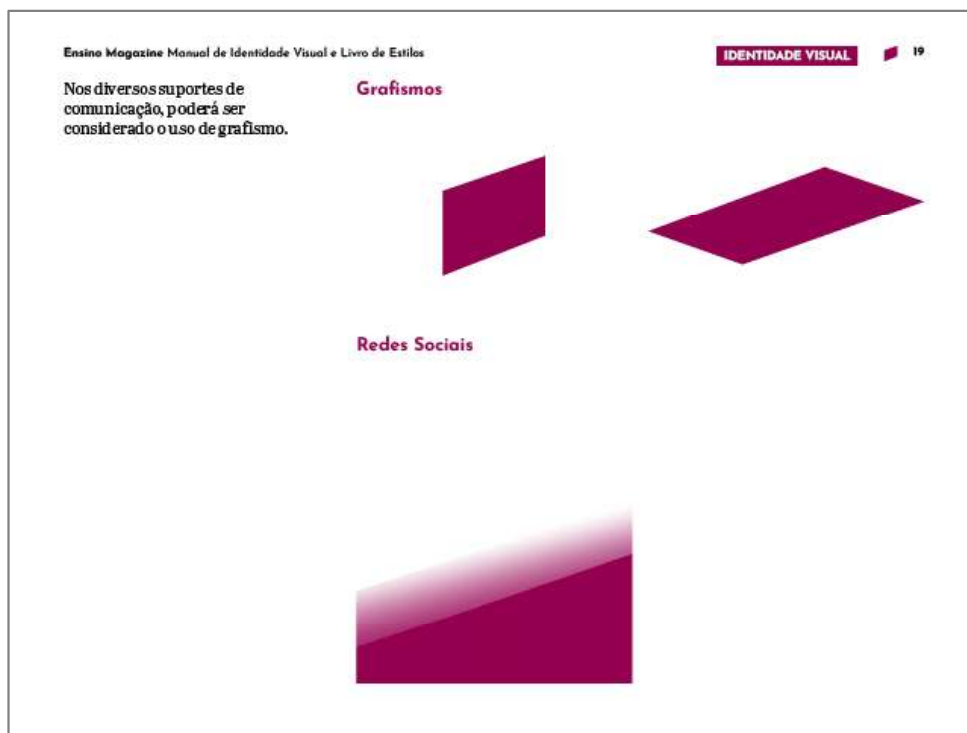


Figura 362 — Página “Grafismo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 363 — Página “Aplicações incorretas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 364 — Página “Aplicações incorretas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 365 — Página “Família tipográfica” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 366 — Separador “Livro de estilos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

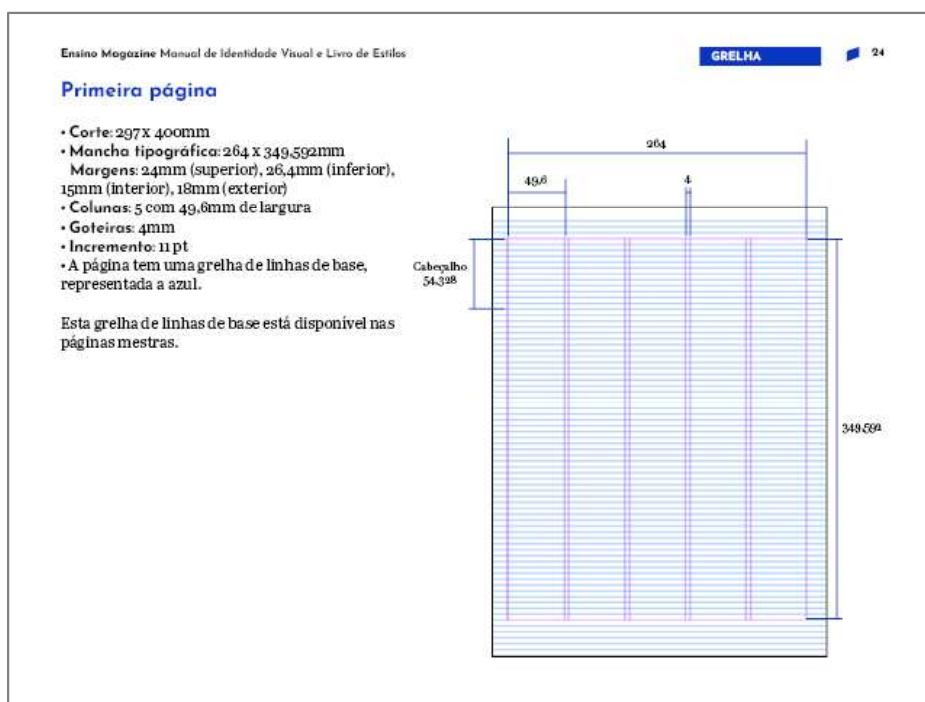


Figura 367 — Página “Primeira página” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

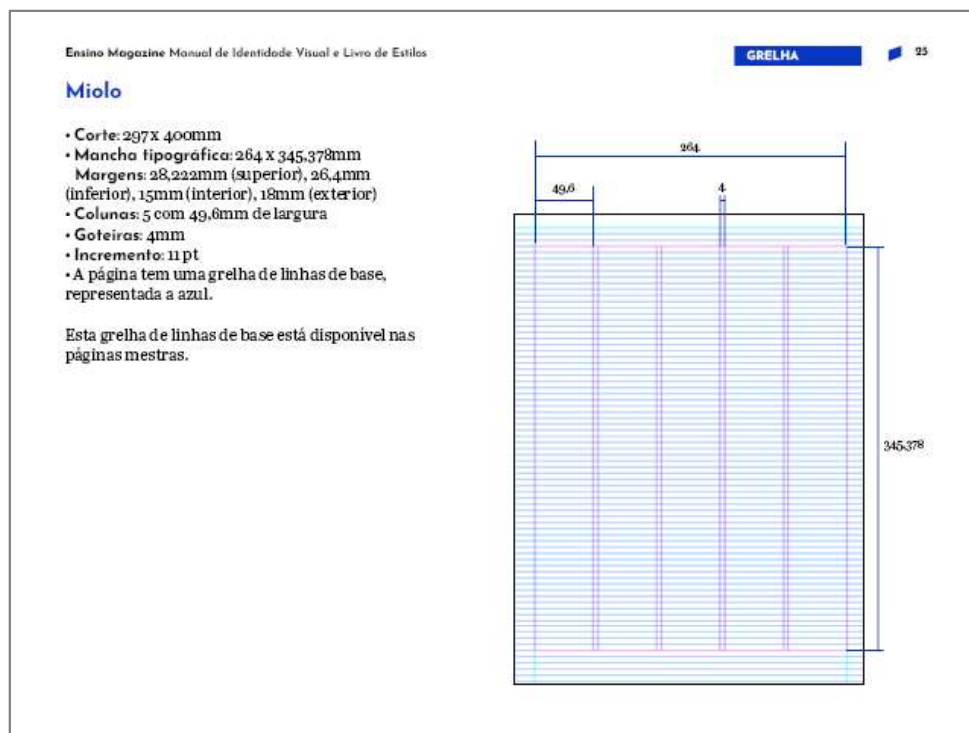


Figura 368 — Página “Miolo” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

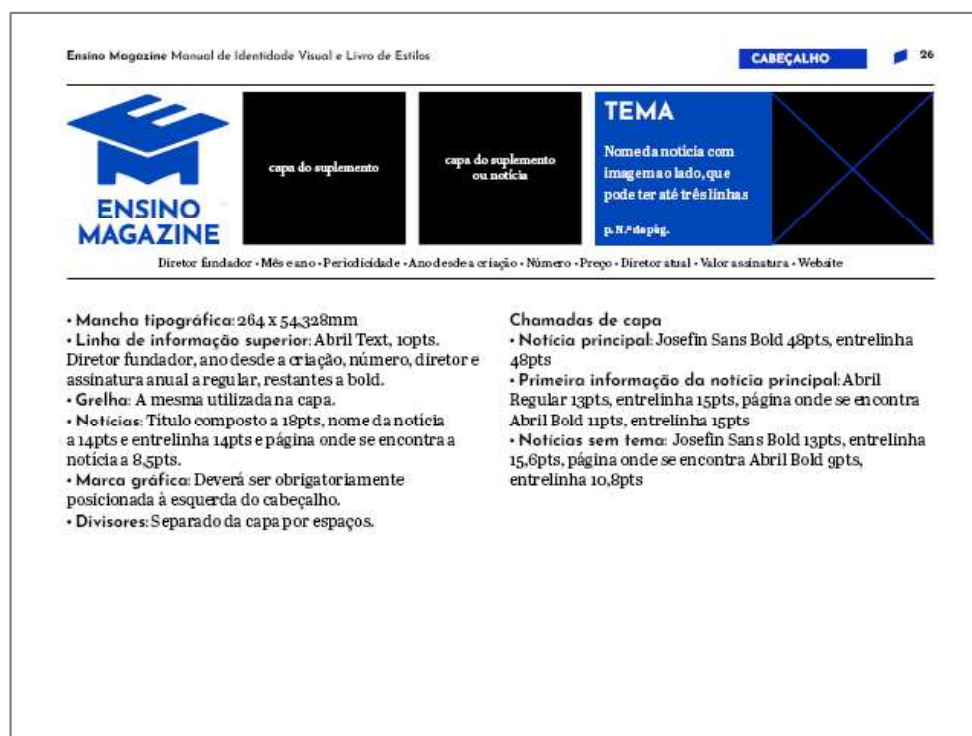


Figura 369 — Página “Cabeçalho” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

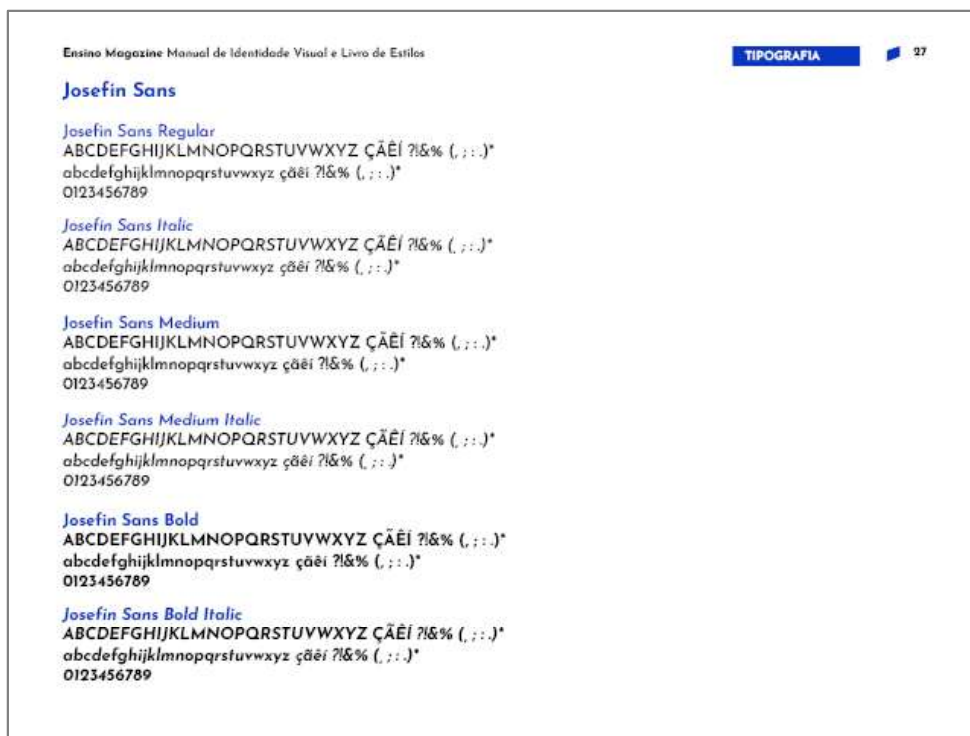


Figura 370 — Página “Tipografia” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

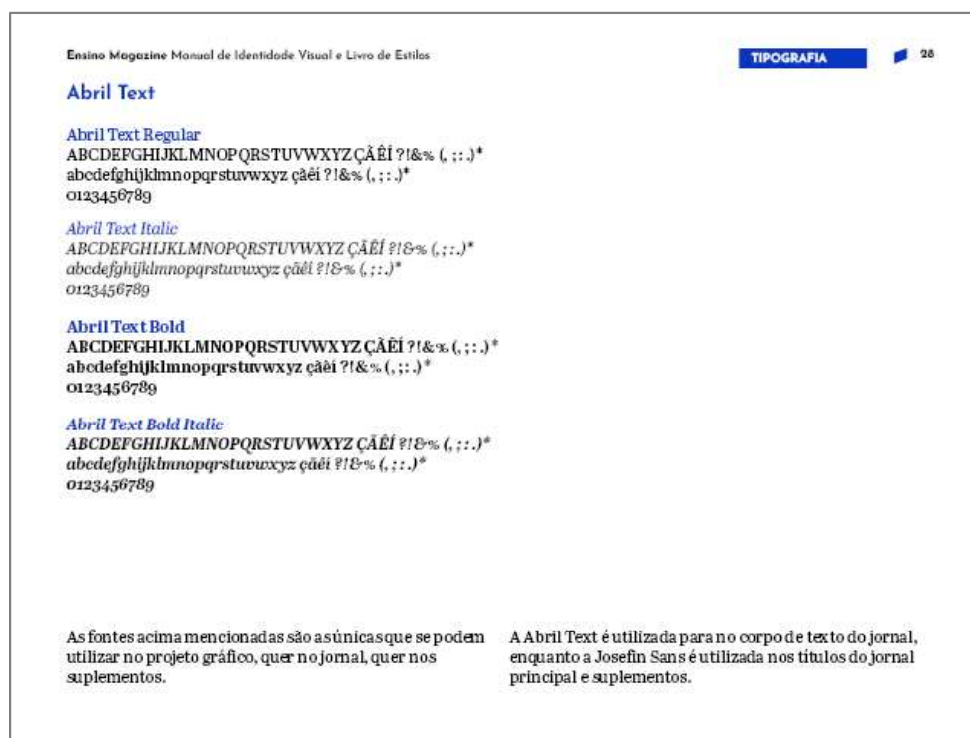


Figura 371 — Página “Tipografia” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

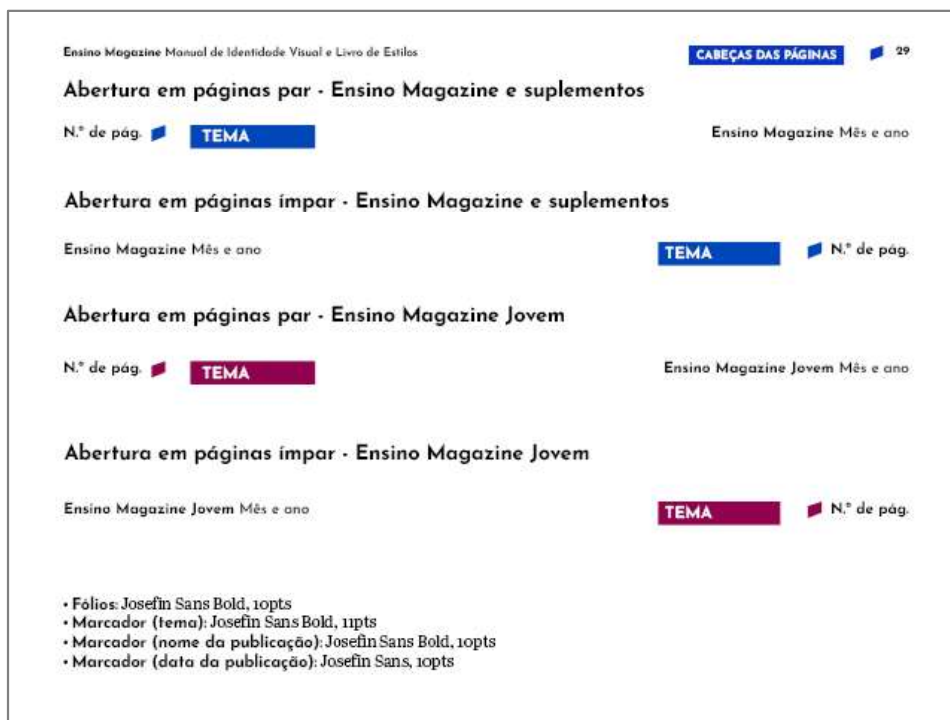


Figura 372 — Página “Cabeças das páginas” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 373 — Página “Antetítulos e títulos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 374 — Página “Antetítulos e títulos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

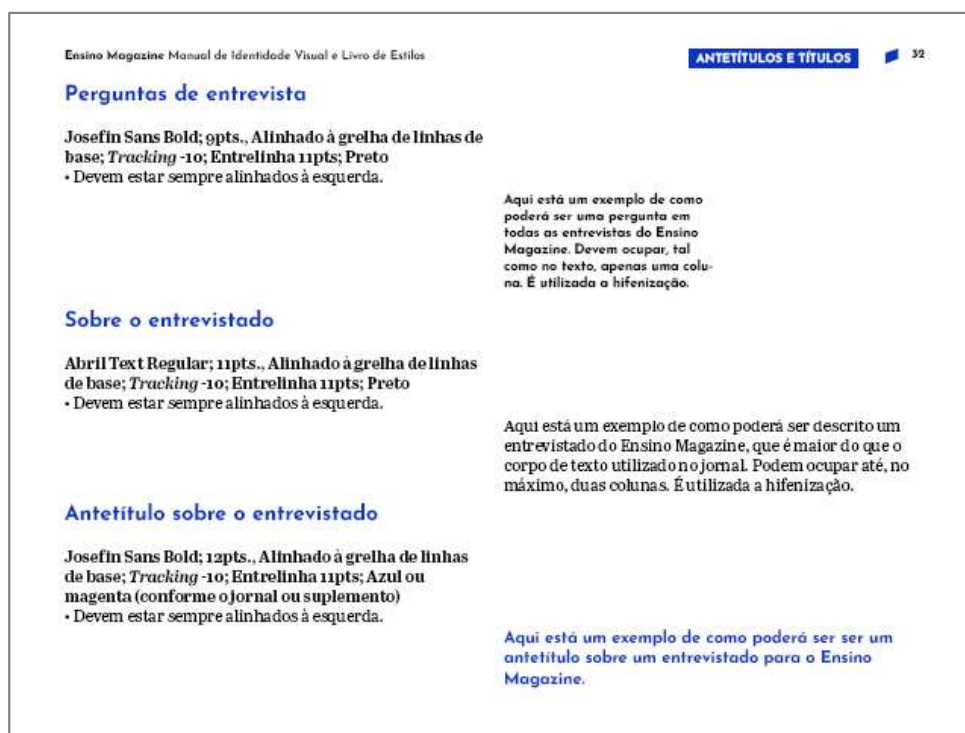


Figura 375 — Página “Corpo de texto” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 376 — Página “Corpo de texto” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

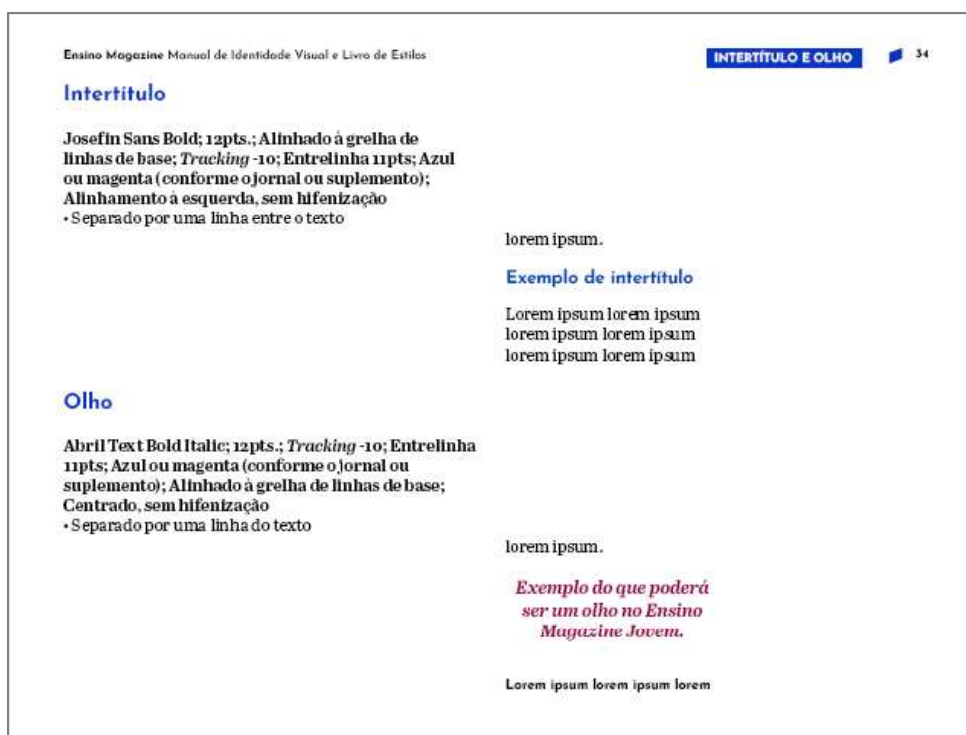


Figura 377 — Página “Intertítulo e olho” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 378 — Página “Citações” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 379 — Página “Capitulares e linha de créditos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 380 — Página “Destaques em caixa” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

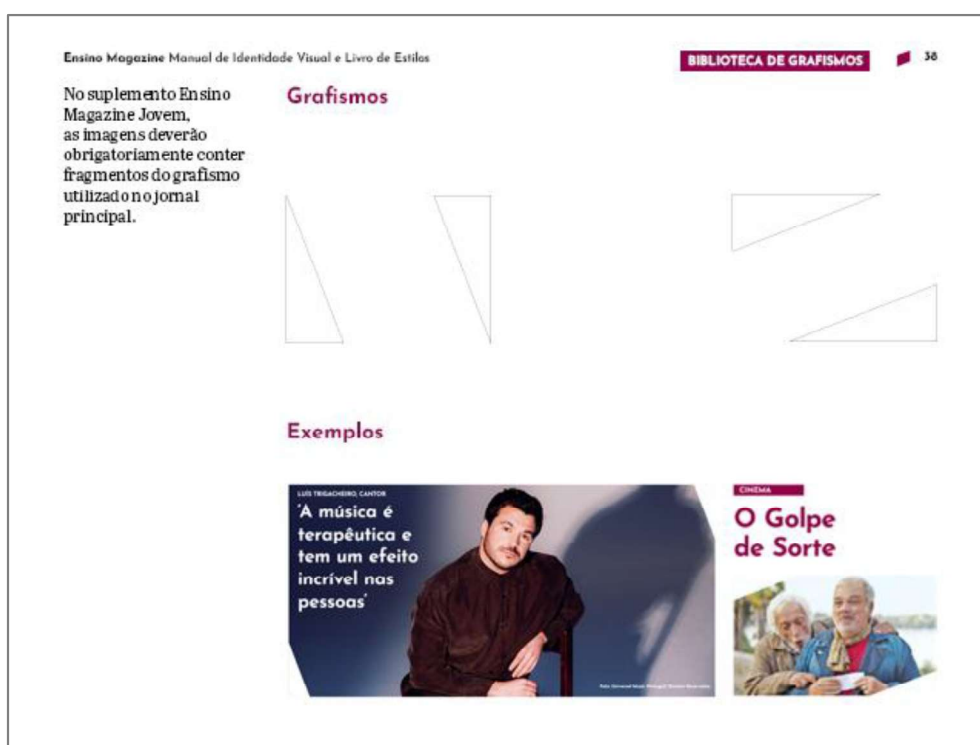


Figura 381 — Página “Biblioteca de grafismos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine Jovem. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 382 — Página “Distâncias” referente à página esquerda no canto superior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 383 — Página “Distâncias” referente à página esquerda no canto inferior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 384 — Página “Distâncias” referente à página direita no canto superior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).



Figura 385 — Página “Distâncias” referente à página direita no canto inferior do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

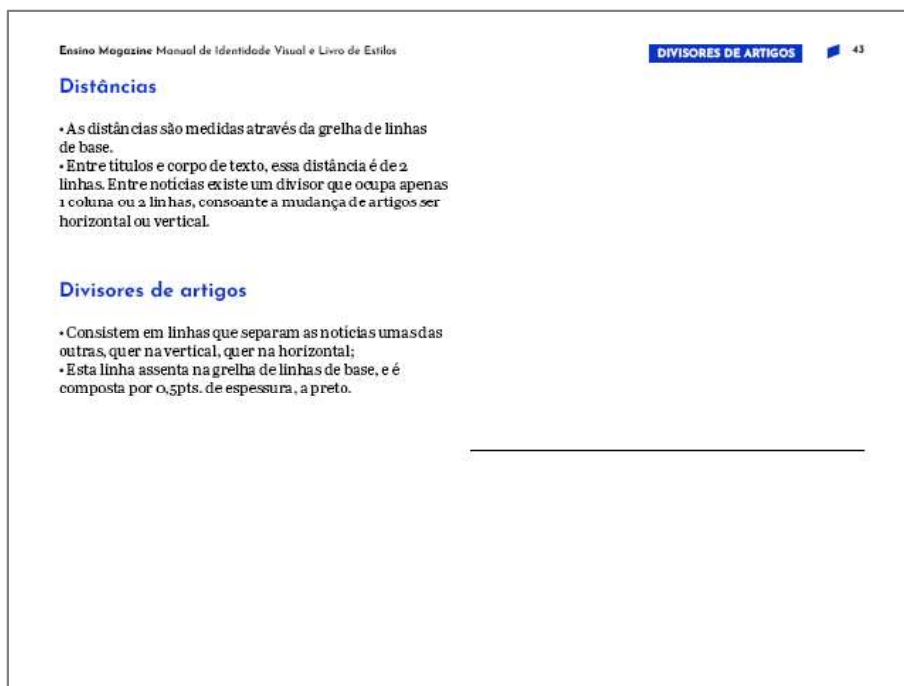


Figura 386 — Página “Divisores de artigos” do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).




Figura 387 — Contra-capa do manual de identidade visual e livro de estilos do Ensino Magazine. (Fonte: Autora, 2025).

Anexos

Anexo A – Parecer operação de tratamento de dados pessoais nº 97/2025

Gmail - Parecer operação de tratamento de dados pessoais nº 97/2025 <https://mail.google.com/mail/u/0/>

 Rosa Oliveira

Parecer operação de tratamento de dados pessoais nº 97/2025

Proteção Dados <protecaodados@ipcb.pt> 14 de fevereiro de 2025 às 16:14
Para: [Redacted]

Exma. Senhora

Investigadora Rosa Oliveira,



Na sequência da comunicação da operação de recolha de dados pessoais, no âmbito do estudo: "*O Impacto do Design Editorial no fomento da leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários: Estágio na RVJ Editores*", cumpre-nos informar o seguinte:

1. De acordo com a informação recebida em cumprimento aos procedimentos estabelecidos no IPCB, nomeadamente a **COMUNICAÇÃO DE OPERAÇÕES DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS**, parece-nos que o estudo "*O Impacto do Design Editorial no fomento da leitura do jornal Ensino Magazine nos jovens universitários: Estágio na RVJ Editores*", assegura o anonimato das respostas, não sendo possível identificar os participantes.
2. A licitude da operação de recolha e tratamento dos dados pessoais enquadra-se no âmbito do legítimo interesse e no cumprimento das funções de interesse público do IPCB, no que à investigação científica diz respeito, enquadrado no Artº 6º, nº 1, e) e f) do RGPD.
3. Assim, **nada obsta** à operação de tratamento de dados referida.
4. Desaconselha-se a guarda da informação no computador pessoal. A mesma deve ser guardada numa pasta nos servidores do IPCB, protegida por palavra-passe.
5. Qualquer alteração à informação prestada, perda, roubo ou suspeita de violação dos dados deve ser comunicado ao Encarregado de Proteção de Dados;
6. Nos termos da legislação em vigor podem ser solicitadas informações posteriores para verificação de conformidade.
7. A responsabilidade pelo cumprimento da legislação e dos aspetos referidos acima é do(s) investigador(es). Alertamos para as eventuais consequências civis e criminais associadas ao desrespeito pela legislação de proteção de dados.

Ao dispor para qualquer esclarecimento que considerem necessário.

Com os melhores cumprimentos,

Cristina Bento
Proteção de Dados
Instituto Politécnico de Castelo Branco
Av. Pedro Álvares Cabral n.º 12 6000-084 Castelo Branco - Portugal
T +351 272 339 600 | F +351 272 339 601 | @protecaodados@ipcb.pt

1 de 1 24/02/2025, 11:10