



# O DESIGN COMO MOTOR DE DINAMIZAÇÃO DE ZONAS RURAIS

*Projeto de Design Editorial para um jornal regional  
do concelho de Mourão*

**MARIA JOÃO JORDÃO NUNES**

Projeto Final de Mestrado  
especialmente elaborado para  
a obtenção do Grau de Mestre  
em Design de Comunicação

**Orientação**

Professora Doutora  
Elisabete de Jesus Rosado Rolo

**Presidente do Juri**

Professor Doutor  
João Aranda Brandão

**Vogal**

Professora Doutora  
Sofia Leal Rodrigues





# O DESIGN COMO MOTOR DE DINAMIZAÇÃO DE ZONAS RURAIS

*Projeto de Design Editorial para um jornal regional  
do concelho de Mourão*

**MARIA JOÃO JORDÃO NUNES**

Projeto Final de Mestrado  
especialmente elaborado para  
a obtenção do Grau de Mestre  
em Design de Comunicação

**Orientação**

Professora Doutora  
Elisabete de Jesus Rosado Rolo

**Presidente do Juri**

Professor Doutor  
João Aranda Brandão

**Vogal**

Professora Doutora  
Sofia Leal Rodrigues



Aos meus pais, **Ana Maria e António**



## AGRADECIMENTOS

Gostava de iniciar este texto com um especial agradecimento às duas pessoas a quem eu mais devo, os meus pais, **Ana Maria e António**. Estas duas pessoas deram tudo e quiseram sempre dar mais e melhor consoante as suas possibilidades, abriram-me os braços para poder voar e ofereceram-me o seu ombro amigo nas noites longas e cansativas deste percurso maravilhoso. A eles, obrigada, espero que vos tenha orgulhado com este projeto que é meu, mas ainda mais vosso é.

Ao meu namorado, **Pedro**, que seja lá qual for o nosso futuro, nunca me esquecerei do que foi para mim nestes últimos 7 anos, que apesar de todo o amor e felicidade que me proporciona, também é uma pessoa inspiradora, que me motiva a ser a minha melhor versão, que me acalma em momentos stressantes (e quantos houve) e que se disponibiliza sempre para ajudar mesmo sem saber como.

À minha melhor amiga, **Mariana**, por ser a pessoa que melhor me compreende e por estar sempre presente na minha vida. Obrigada pela paciência e por seres a melhor crítica dos meus projetos, questionando-me sem dó, mas também apresentando-me outras perspetivas e soluções. Obrigada pela tua amizade sincera, és uma irmã para mim.

Aos meus colegas que me ajudaram ao longo deste processo, **Mariana, Carolina e Alexandra**, obrigada pela vossa amizade, que esta dure muitos mais anos.

Um especial agradecimento à Professora Doutora **Elisabete Rolo**, foi um prazer conhecê-la, é uma pessoa especial, pois para além de me ter brindado com a partilha do seu conhecimento, empenhava-se ao máximo para nos apoiar, tanto para motivar como para pressionar, e sabia os momentos ideais para o fazer. Foi sem dúvida uma pessoa essencial para o decorrer desta investigação, levo comigo ensinamentos para a vida, obrigada por tudo.

Pela disponibilidade em realizar as entrevistas exploratórias, que muito me ajudaram a idealizar e fortificar este projeto, agradeço a **Maria Luísa Ralo, João Cosme, Cecílio Mendonça** e aos designers **Mario Garcia, Javier Errea, Jorge Silva, Sónia Matos e Marco Grieco**.

Pela disponibilidade para avaliarem o projeto, pela partilha das suas opiniões profissionais e pelo interesse que permitiu melhorar substancialmente este projeto, obrigada ao Diretor de Arte do Expresso, **Marco Grieco** e à Diretora de Arte do Público, **Sónia Matos**.

Reforço igualmente o meu agradecimento ao primo **Cecílio Mendonça**, pela ajuda na realização e disseminação dos inquéritos à população de Mourão. A todas as 140 pessoas que responderam ao inquérito.

Aos professores da Faculdade de Arquitetura que fizeram parte do meu percurso académico, como os professores Marco Neves, Teresa Cabral, Leonor Ferrão, Gonçalo Falcão, que me proporcionaram um ensino de excelência, obrigada.

Aos meus colegas e amigos da Licenciatura e Mestrado, por todos os momentos de aprendizagem, de preocupação e, sobretudo, de diversão, obrigada, tornaram este percurso ainda melhor.

## RESUMO

Este documento tem como propósito a apresentação do Projeto Final de Mestrado em Design de Comunicação. É proposto um objeto de design editorial, concretamente, um **jornal regional** em meio impresso e digital para a **vila de Mourão**, no Alentejo, em Portugal, com o propósito de reforçar a conexão entre os residentes e os migrantes desta vila. De modo a cumprir o objetivo proposto, foram utilizados métodos de pesquisa e análise sobre as principais temáticas da investigação, como, design editorial e imprensa, e foram realizadas entrevistas exploratórias a especialistas da área do design de jornais – Javier Errea, Sónia Matos, Marco Grieco, Jorge Silva e Mario Garcia – e inquéritos exploratórios à população do concelho.

O concelho de Mourão é constituído por três freguesias com um elevado número de habitantes de faixas etárias elevadas, sendo que o acesso e a literacia em dispositivos digitais e de navegação na internet são reduzidos ou, em alguns casos, nulos. Com intuito de manter esta população, e também a população migrante da região, atualizada relativamente aos acontecimentos quotidianos e vinculada à cultura, tradição, costumes e hábitos do concelho, produziu-se um objeto que propõe preencher uma lacuna existente. Teve-se em conta o panorama decrescente da comercialização dos jornais impressos e considerou-se a complementaridade dos jornais online, que contrariamente ao jornal impresso têm vindo a evoluir, mas, devido às especificidades da grande maioria do público-alvo, priorizou-se o objeto impresso, assumindo os suportes digitais como complementares. A criação deste jornal tem como propósito dinamizar o território, minimizar o sentimento de desconexão dos que saíram da região e intensificar a relação com o património e a cultura do local. Através do cumprimento destes objetivos, esta investigação de mestrado procura demonstrar o papel do Design de Comunicação na dinamização de uma vila interior, como é o caso de Mourão.

## PALAVRAS-CHAVE

Design Editorial de jornais  
 Jornal Impresso  
 Jornal Digital  
 Jornal Regional  
 Concelho de Mourão



## ABSTRACT

The purpose of this document is to introduce the Final Project of the Master's degree in Communication Design. It is being proposed an **editorial design** object, more specifically, a regional newspaper printed and digital format for the **village of Mourão**, in Alentejo, Portugal, to strengthen the connection between the residents and the migrants of this village. In order to fulfill the proposed objective, research and analysis methods were used on the main research topics, such as editorial design and the press, and exploratory interviews were conducted with specialists in the field of newspaper design - Javier Errea, Sónia Matos, Marco Grieco, Jorge Silva and Mario Garcia – and exploratory surveys to the county's population.

The county of Mourão is represented by three parishes with a high number of people from older age groups, this means that the access and literacy in digital devices and internet browsing are reduced or, in some cases, null. With the intention of keeping the residents, as well as the region's migrant population, up-to-date regarding everyday events and linked to the county's culture, tradition, customs and habits, it's being proposed an object to fill the existing gap. We took into account the decreasing commercialization of printed newspapers and considered the complementarity of online newspapers, which, contrary to the printed newspaper, have been evolving, but, due to the vast majority of the target audience, the printed copies were the priority, assuming digital supports as complementary. The purpose of creating this newspaper is to try to dynamize this region, minimize the feeling of disconnection for those who left the and intensify the relationship with the local heritage and culture. By fulfilling these goals, this master's research seeks to demonstrate the role of Communication Design in the dynamization of an interior village, as is the case of Mourão.

## KEY-WORDS

Newspaper Editorial Design  
Printed Newspaper  
Digital Newspaper  
Regional Newspaper  
County of Mourão



# ÍNDICE GERAL

## Elementos pré-textuais

III	Dedicatória
V	Agradecimentos
VII	Resumo
IX	Abstract
XV	Índice de figuras
XVII	Índice de gráficos
XIX	Índice de tabelas

## Introdução

3	1. Introdução
5	2. Problematização
6	2.1 Questões de investigação
7	2.2 Objetivos de investigação
8	3. Argumento
8	4. Desenho da investigação
10	4.1 Organograma da investigação
13	5. Contextualização teórica

## PARTE 1 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

### Capítulo 1

## Contextualização de Portugal e da vila de Mourão

19	NOTA INTRODUTÓRIA
21	1. O processo de litoralização em Portugal e a migração das regiões interiores do Alentejo
27	2. O património cultural da vila de Mourão
39	3. Os objetos impressos locais e regionais da vila de Mourão
53	SÍNTESE CONCLUSIVA
55	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

*Capítulo 2***A Imprensa — Contexto e Caracterização**

61	NOTA INTRODUTÓRIA
62	1. A imprensa e a sua evolução histórica
66	2. Panorama atual da comercialização da imprensa portuguesa
72	3. A imprensa e os meios de comunicação digitais
77	4. A importância da imprensa numa região interior
81	SÍNTESE CONCLUSIVA
82	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

*Capítulo 3***Design editorial no jornal impresso e digital**

89	NOTA INTRODUTÓRIA
90	1. A importância do design editorial num jornal
94	2. Anatomia e funcionamento de um jornal
100	3. Composição e elementos gráficos de um jornal
106	4. Design gráfico nos meios de comunicação online
109	SÍNTESE CONCLUSIVA
110	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

## **PARTE 2**

### **ENQUADRAMENTO PRÁTICO**

*Capítulo 4***Investigação ativa**

117	NOTA INTRODUTÓRIA
118	1. Estudo de casos
121	<b>1.1</b> Análise de jornais
121	Jornais internacionais
125	Jornais nacionais
135	Jornais regionais
146	<b>1.2</b> Análise comparativa

148 2. Questionário exploratório

150 2.1 Análise dos dados

159 SÍNTESE CONCLUSIVA

### Capítulo 5

## Projeto de Design editorial do jornal

163 NOTA INTRODUTÓRIA

164 1. Conceito

166 2. Público-alvo

167 3. Preço e periodicidade

168 4. Título e tagline

171 5. Marca gráfica

172 6. Conteúdos e secções

176 7. Projeto editorial

176 Formato

176 Grelha e layout

177 Tipografia

181 Imagem

185 Cor

186 Outros elementos gráficos

187 Primeira página

191 8. Objetos complementares ao jornal impresso

191 Plataformas digitais

201 Complementos impressos

210 9. Avaliação do projeto editorial

213 SÍNTESE CONCLUSIVA

215 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

## Conclusões

219	Conclusões
223	Recomendações para futuras investigações
225	Referências Bibliográficas
233	Bibliografia
255	Acrónimos e abreviaturas
257	Glossário

## Apêndices

263	<b>a.</b> Entrevista a Maria Luísa Ralo
273	<b>b.</b> Entrevista a Cecílio Mendonça
286	<b>c.</b> Entrevista a João Cosme
304	<b>d.</b> Entrevista a Mario Garcia
310	<b>e.</b> Entrevista a Jorge Silva
323	<b>f.</b> Entrevista a Marco Grieco
238	<b>g.</b> Entrevista a Sónia Matos
351	<b>h.</b> Entrevista a Javier Errea
371	<b>i.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>El País</i>
375	<b>j.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>Público</i>
380	<b>k.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>Expresso</i>
385	<b>l.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>O Setubalense</i>
389	<b>m.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>Jornal de Leiria</i>
393	<b>n.</b> Tabela de análise do caso de estudo <i>El Periódico Extremadura</i>
397	<b>o.</b> Avaliação de Marco Grieco
398	<b>p.</b> Avaliação de Sónia Matos
406	<b>q.</b> Páginas do jornal <i>Vila Raiana</i>
443	<b>r.</b> Páginas do website do jornal <i>Vila Raiana</i>
449	<b>s.</b> Complementos ao jornal <i>Vila Raiana</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1.** Organograma da Investigação. Fonte: Investigadora, 2022. [10](#)
- Figura 2.** Diagrama da Contextualização Teórica. Fonte: Investigadora, 2022. [12](#)
- Figura 3.** “Ciclo Vicioso” dos territórios de baixa densidade. Fonte: Adaptado de República Portuguesa, 2017, p. 6 *apud* PROVERE. [26](#)
- Figura 4.** Mapa do distrito de Évora e do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [27](#)
- Figura 5.** Mapa do concelho de Mourão, barragem do Alqueva e zonas limítrofes. Fonte: Snazzy Maps, [s.d.]. [29](#)
- Figura 6.** Chaminé Mourisca. Fonte: Investigadora, 2022. [30](#)
- Figura 7.** Entrada da igreja Matriz da freguesia de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [32](#)
- Figura 8.** Castelo de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [32](#)
- Figura 9.** Praia fluvial do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [34](#)
- Figura 10.** Antiga Aldeia da Luz, antes da construção da barragem do Alqueva. Fonte: A antiga Aldeia da Luz, 2009. [36](#)
- Figura 11.** Atual Aldeia da Luz, após a construção da barragem do Alqueva. Fonte: Henriques, 2020. [37](#)
- Figura 12.** Primeira página da primeira e única do jornal *O Mouranense* a 4 de março de 1895. Fonte: Investigadora, 2022. [38](#)
- Figura 13.** Primeira página da primeira edição do jornal *O Mouranense* em 1967. Fonte: Investigadora, 2022. [40](#)
- Figura 14.** Primeira edição com imagem na primeira página do jornal *O Mouranense* em dezembro de 1982. Fonte: Investigadora, 2022. [42](#)
- Figura 15.** Primeira página do jornal *O Mouranense* na edição de maio de 2004. Fonte: Investigadora, 2022. [44](#)
- Figura 16.** Primeira página do jornal *O Mouranense* na edição de dezembro de 2010. Fonte: Investigadora, 2022. [45](#)
- Figura 17.** Primeira página do jornal *Al'mogron* na edição de outubro de 1996. Fonte: Investigadora, 2022. [46](#)
- Figura 18.** Primeira página do antigo *Boletim Municipal*. Fonte: Investigadora, 2022. [50](#)
- Figura 19.** Primeira página do novo *Boletim Municipal*. Fonte: Investigadora, 2022. [51](#)
- Figura 20.** Esquema de representação do percurso do olhar na página. Fonte: Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 128. [95](#)
- Figura 21.** Alguns dos elementos que constituem uma página de jornal.
- Figura 22.** Primeira página da edição de 18 de abril de 2022 do jornal *El País*. Fonte: Investigadora, 2022. [122](#)
- Figura 23.** Primeira página da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal *El País*. Fonte: Investigadora, 2022. [123](#)
- Figura 24.** Exemplo de páginas interiores da edição de 18 de abril de 2022 do jornal *El País*. Fonte: Investigadora, 2022. [124](#)
- Figura 25.** Exemplo de páginas interiores da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal *El País*. Fonte: Investigadora, 2022. [124](#)
- Figura 26.** Primeira página da edição de 13 de abril de 2022 do jornal *Público*. Fonte: Investigadora, 2022. [126](#)
- Figura 27.** Primeira página da edição de 30 de abril de 2022 do jornal *Público*. Fonte: Investigadora, 2022. [127](#)
- Figura 28.** Exemplo de páginas interiores da edição de 13 de abril de 2022 do jornal *Público*. Fonte: Investigadora, 2022. [128](#)
- Figura 29.** Exemplo de páginas interiores da edição de 30 de abril de 2022 do jornal *Público*. Fonte: Investigadora, 2022. [128](#)
- Figura 30.** Exemplo de páginas interiores da edição de 14 de abril de 2022 do jornal *Expresso*. Fonte: Investigadora, 2022. [130](#)
- Figura 31.** Exemplo de páginas interiores da edição de 15 de julho de 2022 do jornal *Expresso*. Fonte: Investigadora, 2022. [130](#)
- Figura 32.** Primeira página da edição de 14 de abril de 2022 do jornal *Expresso*. Fonte: Investigadora, 2022. [132](#)
- Figura 33.** Primeira página da edição de 15 de julho de 2022 do jornal *Expresso*. Fonte: Investigadora, 2022. [133](#)
- Figura 34.** Exemplo de páginas interiores da edição de 19 de abril de 2022 do jornal *Setubalense*. Fonte: Investigadora, 2022. [134](#)
- Figura 35.** Exemplo de páginas interiores da edição de 12 de dezembro de 2022 do jornal *Setubalense*. Fonte: Investigadora, 2022. [134](#)
- Figura 36.** Primeira página da edição de 19 de abril de 2022 do jornal *Setubalense*. Fonte: Investigadora, 2022. [136](#)
- Figura 37.** Primeira página da edição de 12 de dezembro de 2022 do jornal *Setubalense*. Fonte: Investigadora, 2022. [137](#)

**Figura 38.** Exemplo de páginas interiores da edição de 09 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022. [138](#)

**Figura 39.** Exemplo de páginas interiores da edição de 23 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022. [138](#)

**Figura 40.** Primeira página da edição de 09 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022. [140](#)

**Figura 41.** Primeira página da edição de 23 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022. [141](#)

**Figura 42.** Exemplo de páginas interiores da edição de 30 de junho de 2022 do jornal *El Periódico*. Fonte: Investigadora, 2022. [142](#)

**Figura 43.** Exemplo de páginas interiores da edição de 04 de agosto de 2022 do jornal *El Periódico*. Fonte: Investigadora, 2022. [142](#)

**Figura 44.** Primeira página da edição de 30 de junho de 2022 do jornal *El Periódico*. Fonte: Investigadora, 2022. [144](#)

**Figura 45.** Primeira página da edição de 04 de agosto de 2022 do jornal *El Periódico*. Fonte: Investigadora, 2022. [145](#)

**Figura 46.** *Mind-mapping* do conceito e nome do projeto Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022. [169](#)

**Figura 47.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 1, utilizada no cabeçalho do jornal impresso. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 48.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 2, utilizada no cabeçalho do jornal impresso. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 49.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 3. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 50.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 4. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 51.** Símbolo *Vila Raiana* versão 1. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 52.** Símbolo *Vila Raiana* versão 2. Fonte: Investigadora, 2023. [170](#)

**Figura 53.** Página dupla do artigo de destaque do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2023. [174](#)

**Figura 54.** Grelha do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2023. [177](#)

**Figura 55.** Dupla página com a indicação da função do tipo de letra. Fonte: Investigadora, 2022. [178](#)

**Figura 56.** Dupla página com imagem a cores do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2023. [180](#)

**Figura 57.** Dupla página com imagem a *duotone* do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [182](#)

**Figura 58.** Dupla página com anúncio publicitário relativo ao website do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [184](#)

**Figura 59.** *Lead* numa página do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [186](#)

**Figura 60.** Destaque negativo no jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [187](#)

**Figura 61.** Assinatura de autor do artigo no jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [187](#)

**Figura 62.** Assinatura de autor do artigo de opinião no jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [187](#)

**Figura 63.** Dupla página com código QR no jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [188](#)

**Figura 64.** Primeira página do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [189](#)

**Figura 65.** Apresentação de perfil de instagram do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [190](#)

**Figura 66.** Publicações para o instagram do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [192](#)

**Figura 67.** *Menu geral* do website do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [194](#)

**Figura 68.** *Homepage* do website do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [194](#)

**Figura 69.** *Secção da aldeia da Luz* no website do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [196](#)

**Figura 70.** Página de artigo do website do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [196](#)

**Figura 71.** As 12 variações, frente e verso, dos postais mensais do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [198](#)

**Figura 72.** Panfleto mensal da agenda cultural de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [202](#)

**Figura 73.** Cinta para colocar o jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [204](#)

**Figura 74.** *Totebag* do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [205](#)

**Figura 75.** Cartazes do jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022. [206](#)

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Gráfico 1.** População residente no concelho de Mourão. Fonte: Adaptado de PORDATA, 2021. [23](#)

**Gráfico 2.** Número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em Mourão. Fonte: Adaptado de INE, 2022. [25](#)

**Gráfico 3.** Total anual de jornais em Portugal entre 1992 e 2020. Fonte: Adaptado de INE, 2021 e PORDATA, 2022. [67](#)

**Gráfico 4.** Total anual de circulação de jornais, de exemplares vendidos e de exemplares distribuídos gratuitamente em Portugal entre 1994 e 2020. Fonte: Adaptado de PORDATA, 2022. [67](#)

**Gráfico 5.** Número anual de jornais por suporte de difusão em Portugal entre 2004 e 2020. Fonte: Adaptado de PORDATA, 2021. [68](#)

**Gráfico 6.** Consideração dos colaboradores sobre as vendas a fidelidade do leitor de jornais regionais. Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 19. [71](#)

**Gráfico 7.** Consideração dos colaboradores sobre as vendas e circulação de jornais regionais. Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 18. [71](#)

**Gráfico 8.** Percentagem de utilizadores que preferem o formato online ou impresso de jornais nacionais e regionais. Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 18. [79](#)

**Gráfico 9.** Faixas etárias dos inquiridos. Fonte: Investigadora, 2022. [150](#)

**Gráfico 10.** Número de inquiridos residentes e migrantes do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [150](#)

**Gráfico 11.** Número de inquiridos residentes por freguesia do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [150](#)

**Gráfico 12.** Número de inquiridos residentes do concelho de Mourão que já migraram no passado. Fonte: Investigadora, 2022. [151](#)

**Gráfico 13.** Principais razões de saída dos inquiridos do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [151](#)

**Gráfico 14.** Principais meios de ligação dos inquiridos ao concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [152](#)

**Gráfico 15.** Frequência dos inquiridos na visita aos meios de comunicação digitais e às redes sociais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [152](#)

**Gráfico 16.** Número de vezes, em média, dos inquiridos que residem ou residiram FORA do concelho de Mourão retornam ou retornavam em visita ao concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [153](#)

**Gráfico 17.** Número de inquiridos que não residem no concelho de Mourão e querem retornar definitivamente. Fonte: Investigadora, 2022. [153](#)

**Gráfico 18.** Previsão de retorno dos inquiridos que não residem no concelho de Mourão e querem retornar definitivamente. Fonte: Investigadora, 2022. [153](#)

**Gráfico 19.** Número de inquiridos que lê jornais impressos. Fonte: Investigadora, 2022. [154](#)

**Gráfico 20.** Número de inquiridos que lê jornais digitais. Fonte: Investigadora, 2022. [154](#)

**Gráfico 21.** Número de inquiridos com subscrição nos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [155](#)

**Gráfico 22.** Número de inquiridos que comprou o jornal *Al'mogron* avulso. Fonte: Investigadora, 2022. [155](#)

**Gráfico 23.** Número de inquiridos que gostava dos conteúdos apresentados nos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [155](#)

**Gráfico 24.** Número de inquiridos que sente saudades dos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [156](#)

**Gráfico 25.** Número de inquiridos que sente a falta de algum tipo de objeto que permita a difusão das notícias do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [156](#)

**Gráfico 26.** Número de inquiridos que acha que a criação de um jornal ou suplemento ajudaria na conexão e proximidade dos residentes e migrantes com o concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [156](#)

**Gráfico 27.** Importância da colocação de anúncios publicitários dos negócios locais no hipotético jornal do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022. [157](#)

**Gráfico 28.** Número de inquiridos que gostaria que o hipotético novo jornal abrangesse outros concelhos além do concelho de Mourão, transmitindo notícias de zonas limítrofes, como por exemplo, Monsaraz, Amareleja, Póvoa, Moura, entre outros. Fonte: Investigadora, 2022. [157](#)

**Gráfico 29.** Valor máximo que os inquiridos estariam dispostos a pagar por edição. Fonte: Investigadora, 2022. [157](#)



## ÍNDICE DE TABELAS

**Tabela 1.** População residente por migrações segundo os Censos, dados de 2011.

Fonte: Adaptado de PORDATA, 2015. [22](#)

**Tabela 2.** Total anual de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020.

Fonte: Adaptado de INE, 2021. [69](#)

**Tabela 3.** Total anual de circulação de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020.

Fonte: Adaptado de INE, 2021. [70](#)

**Tabela 4.** Total anual de exemplares vendidos de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020. Fonte: Adaptado de INE, 2021. [70](#)

**Tabela 5.** Percentagem da periodicidade de publicações locais e regionais nos distritos da região do Alentejo em 2010.

Fonte: Adaptado de Estudo sobre a imprensa local e regional em Portugal, 2010, p. 35. [79](#)

**Tabela 6.** Tabela de análise dos casos de estudo. Fonte: Investigadora, 2022. [120](#)



# INTRODUÇÃO



# 1.

## INTRODUÇÃO

A elevada taxa de migração das zonas rurais para as zonas urbanas é um dos principais obstáculos ao desenvolvimento das regiões interiores. Este fenómeno contribui para sentimentos de desconexão e saudade por parte de quem migra e reflete-se na pouca dinamização das comunidades interiores, fator que influencia negativamente a vida e a economia locais.

A evolução tecnológica e digital observada, sobretudo, nas últimas duas décadas permite que as populações acessem rapidamente a informação, facto que se verifica principalmente em faixas etárias mais jovens, em contraste com as faixas etárias mais avançadas em que existe pouca literacia digital. Analisando o caso da vila de Mourão – uma localidade envelhecida do interior alentejano – constatamos que os meios de comunicação existentes não transmitem os acontecimentos e notícias da vila de forma eficaz, impedindo uma ligação constante e contínua entre residentes e migrantes e dificultando o sentimento de pertença à comunidade.

A escolha do local pendeu-se com a proximidade da investigadora, uma vez que a sua família tem raízes no território. A oportunidade de poder contribuir ativamente para o desenvolvimento e comunicação da vila de Mourão constitui uma forte motivação para este projeto, que pretende dinamizar a vila e melhorar a ligação entre residentes e migrantes, concretamente, através da criação de um objeto editorial – um jornal regional. Sendo este um projeto final de mestrado, a criação de um jornal local deve ser fundamentada com investigação em áreas relevantes, como a relevância da imprensa e do design editorial nas comunidades do interior do país, considerando a sua história, cultura e tradições, e também com o estudo de conceitos de design de comunicação e de design editorial, tais como os elementos formais referentes à estrutura de um jornal e a análise da complementaridade entre as duas vertentes de comunicação – analógica e digital – e dois tipos de suportes – impressos e digitais.

A pertinência do desenvolvimento deste projeto é realçada com o hábito dos habitantes e migrantes da vila de Mourão de subscrição de jornais regionais, hábito esse que é atualmente impossível, uma vez que não existem publicações ativas. Todavia, estes periódicos foram analisados com o intuito de retirar os seus melhores contributos e compreender os seus problemas, processo que realizámos também com outros jornais regionais, nacionais e internacionais. Foi também feita uma breve investigação teórica acerca de temas como a evolução e história da imprensa, procurando determinar as razões para o desinteresse pelo objeto jornal impresso. As entrevistas a órgãos autárquicos locais e a profissionais que integram projetos com as mesmas características do pretendido foram métodos essenciais para o sucesso da investigação. A contextualização teórica produzida a partir de uma boa base de referências bibliográficas, conceitos e ferramentas, permitiu-nos colocar em prática os conhecimentos adquiridos e, em conjunto com o inquérito realizado ao público-alvo, revelou-se um elemento imprescindível ao desenvolvimento de um objeto final que cumprisse os objetivos propostos.

## 2. PROBLEMATIZAÇÃO

Ao longo dos anos, as populações de regiões rurais e, principalmente, interiores, onde o crescimento económico é instável e se verificam problemas como a pouca oferta de emprego, o empobrecimento de infraestruturas de saúde e habitação e a falta de acessos de mobilidade pública, têm-se registado dinâmicas migratórias para regiões do litoral – com destaque nos polos urbanos de Lisboa e Porto – e para o estrangeiro. Estas problemáticas fazem parte do ADN do concelho de Mourão – região importante para a investigadora, devido à proximidade e ligação emocional, por ser onde grande parte da sua família reside e pelo facto de esta cultura ter tido forte influência na educação e formação dos seus valores. Por estar familiarizada com a comunidade migrante, a investigadora pôde constatar a dificuldade que esta sente na obtenção de informações noticiosas credíveis sobre a região. Por esta razão, identificou a pertinência de produzir um objeto que viesse colmatar esta lacuna, não só noticiando, mas também representando a identidade do concelho de Mourão e relembrando a população local e migrante da cultura, da história, dos costumes e tradições, ou seja, evidenciando aquilo que diferencia e orgulha as gentes de Mourão, reforçando, assim, a conexão com o concelho.

O projeto final de mestrado centra-se, portanto, no desenvolvimento de um jornal regional mensal para o concelho de Mourão, de modo a atender as necessidades da população residente e migrante, tentando renovar as tradições através dos conteúdos e do seu design, bem como, incentivar a participação e partilha entre jovens e idosos.

## 2.1

# QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

Para a definição deste projeto prático, sentiu-se a necessidade de elaborar questões de investigação.

**QP** Como pode o design editorial contribuir para a dinamização local e para a união com a comunidade migrante? Um jornal regional consegue ser um meio de criação de sentido de pertença a um lugar?

(Objetivos 1,2, 3, 4 e 7)

**QS1** Que objetos editoriais, para além do jornal, podem assumir esta contribuição? Que objetos digitais complementares ao projeto editorial impresso fará sentido implementar? (Objetivos 1, 2, 3, 4 e 6)

**QS2** Que elementos gráficos devem ser considerados para o desenvolvimento de um objeto editorial, como um jornal, e como é que a cultura de um local influencia o processo de design? (Objetivos 2, 3 e 5)

## 2.2

# OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO

### OBJETIVOS GERAIS

- O1** Investigar e reforçar a importância do design de comunicação e do design editorial na dinamização local e da sua comunidade local e migrante.
- O2** Analisar e investigar elementos que distinguem a vila de Mourão, através da cultura, da tradição e costumes da comunidade.
- O3** Colocar em prática conhecimentos adquiridos academicamente e intervir socialmente num local marcante ao crescimento do investigador.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- O4** Analisar a importância da criação de um jornal regional ou de outro objeto editorial para a vila de Mourão com o objetivo de conectar a vila com a comunidade local e, principalmente, com a comunidade emigrante.
- O5** Recolher e analisar elementos gráficos necessários à construção de um objeto editorial, como um jornal.
- O6** Analisar a relação entre os meios de comunicação impressos e os meios de comunicação digitais.
- O7** Compreender os aspetos diferenciadores dos casos de estudo analisados, permitindo transferir esse conhecimento, adaptando-o à produção de um objeto editorial para o concelho, consoante as suas necessidades e do seu público-alvo.
- O8** Contribuir para o enriquecimento do conhecimento na área do design editorial, e especificamente dos jornais regionais, útil para profissionais da área e estudantes de design de comunicação.

### 3. ARGUMENTO

O argumento desta investigação foca-se na melhoria da relação dos migrantes e residentes com o concelho de Mourão, possibilitando a aproximação com a sua história, cultura e costumes através de um jornal regional. Deste modo, a investigação propõe a criação de um objeto editorial que pretende atuar como fator determinante nesta conexão.

### 4. DESENHO DA INVESTIGAÇÃO

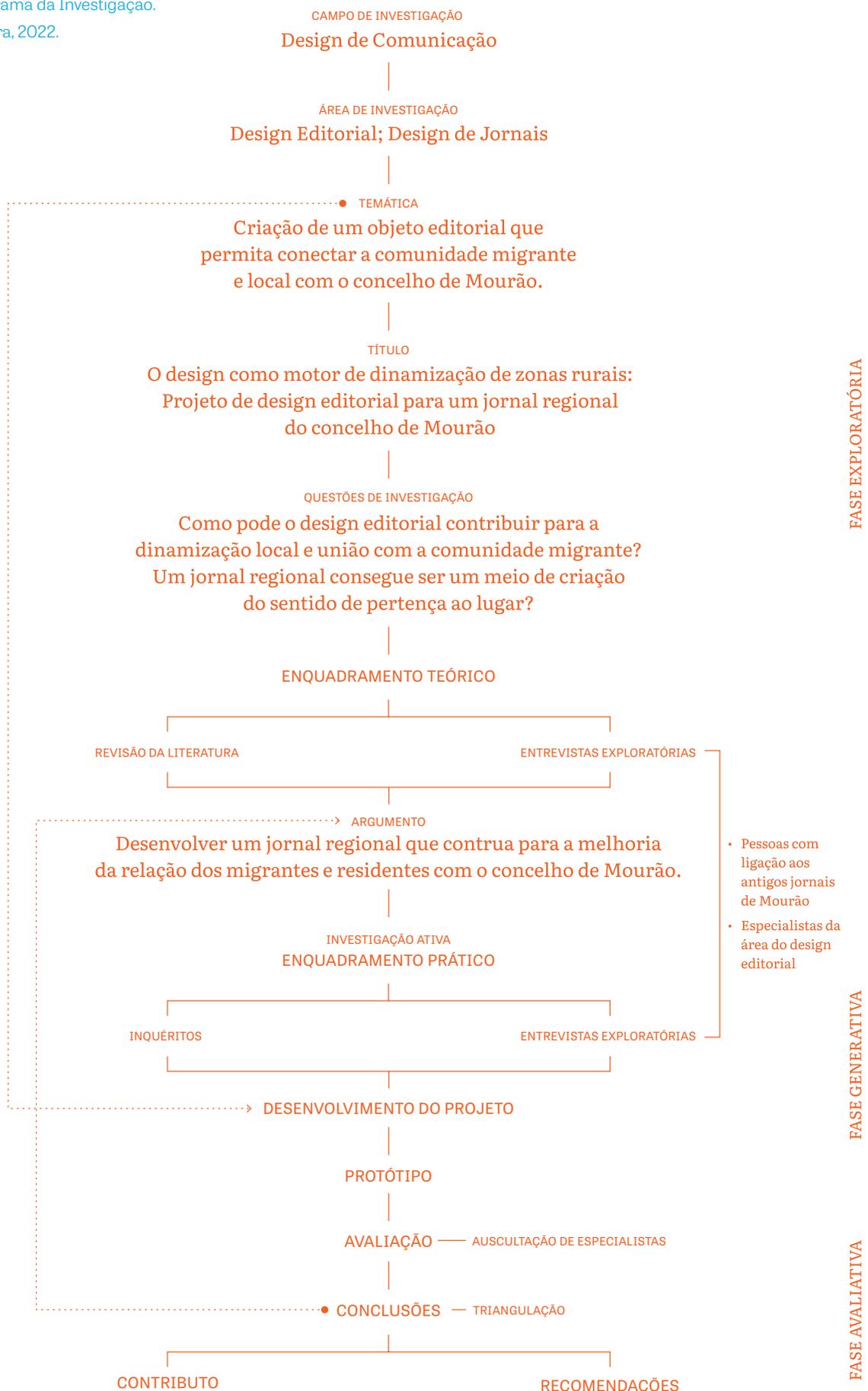
Para uma melhor estruturação, a investigação foi organizada em três fases, de acordo com os métodos de Martin e Hanington (2012) em *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems. Develop Innovative Ideas*: uma primeira fase de carácter exploratório, uma segunda de carácter generativo e uma terceira fase de carácter avaliativo. Seguiu uma metodologia mista, essencialmente qualitativa, tanto intervencionista como não intervencionista, e o documento divide-se em duas partes: a primeira referente ao enquadramento teórico e a segunda ao enquadramento prático.

Esta investigação assume como principal objetivo abordar de que modo o design de comunicação pode ser uma ferramenta de dinamização local e do sentimento de pertença da população residente e migrante, pelo que é estudado o local onde será implementado o projeto – o concelho de Mourão. É pertinente utilizar métodos de investigação, pois contribuem para o desenvolvimento de um projeto mais conciso e fundamentado. Através da utilização do método de **revisão de literatura**, na primeira fase da investigação – **fase exploratória** –, é realizada a recolha e seleção de material teórico, como livros, artigos,

dissertações, relatórios, estatísticas, entre outros, o que permite obter conceitos base e analisar informações que contextualizem as temáticas centrais da investigação. De modo a obter perspetivas específicas sobre determinados temas, optou-se pela realização de entrevistas exploratórias a pessoas com ligação aos antigos jornais do concelho de Mourão, de modo a conhecer a história, a conjuntura comercial e financeira, bem como os problemas que originaram o seu desaparecimento. Realizaram-se também **entrevistas exploratórias** a especialistas da área do design editorial e da área do design de jornais, como o diretor de arte do jornal *Expresso*, Marco Grieco, a diretora de arte do jornal *Público*, Sónia Matos, o designer português, Jorge Silva, que conta com uma longa carreira em projetos editoriais, como o jornal *Combate*, em que trabalhou mais de 25 anos, e como os suplementos *Ípsilon* e *Mil Folhas* do jornal *Público*, o designer Mário Garcia, um dos maiores teóricos de design editorial de jornais e que realizou o redesign do jornal *Die Zeit*, e o designer Javier Errea, um dos designers de jornais mais conceituados no mundo e que realizou o design do jornal *I*, do jornal *Expresso* e do jornal *Libération*. Estas entrevistas, não só complementaram o enquadramento teórico, como também possibilitaram a recolha de informações para a realização dos casos de estudo na segunda parte da investigação.

Nesta segunda parte, o **enquadramento prático**, encontram-se as duas fases mais importantes da investigação, a fase generativa e a fase avaliativa. Na **fase generativa**, em que se colocam em prática os conceitos estudados na fase exploratória, foi aplicado o método dos **casos de estudo**, de modo a comparar vários jornais impressos, categorizando-os por jornais regionais, nacionais e internacionais. De modo a conhecer os costumes e tradições do local de proposta de projeto, o concelho de Mourão, as necessidades e hábitos do público-alvo e compreender a sua relação com os antigos jornais, realizou-se um **questionário por inquérito** em formato online e presencial. Posteriormente, iniciou-se o desenvolvimento do projeto prático através da aplicação de uma metodologia intervencionista caracterizada por

Figura 1. Organograma da Investigação.  
 Fonte: Investigadora, 2022.



uma investigação ativa. Utilizaram-se métodos como o **brainstorming** para a definição do conceito e do nome do jornal, realizaram-se esboços e estudos de tipografia e *layout* e definiram-se os elementos gráficos e estruturais com base nos conhecimentos adquiridos na primeira parte da investigação, gerando o protótipo de um jornal para a vila de Mourão.

Na terceira e última fase – **fase avaliativa** – utilizando o método de **auscultação de especialistas**, realizou-se uma revisão do protótipo produzido, com base na avaliação por parte de especialistas da área do design editorial. Esta análise possibilitou introduzir melhorias no protótipo e conduziu à sua finalização.

Após todas estas fases, é possível terminar as conclusões obtidas com a investigação, através de métodos de **triangulação**, e propor recomendações para futura investigação. Pretende-se que esta investigação seja um bom exemplo para futuros alunos de design da faculdade e que contribua para o enriquecimento da área do Design de Comunicação como ferramenta de dinamização e melhoria de comunidades locais e da sua população migrante.

Para sumariar todo o processo do desenho da investigação descrito no texto acima, foi realizado um organograma (Figura 1).

**Figura 2.** Diagrama da Contextualização Teórica. Fonte: Investigadora, 2022.



## 5. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

O diagrama da contextualização teórica (Figura 2) permitiu definir as áreas e os temas a abordar no Estado da Arte da investigação. Este diagrama permitiu estabelecer relações entre os diversos temas de modo tornar a investigação o mais concisa possível. A investigação focou-se entre três grandes áreas. Uma delas abrange temas relacionados com o Alentejo, mais especificamente com o local de estudo – o concelho de Mourão. Foca os temas da cultura, da história, dos costumes e tradições inerentes às suas comunidades residente e migrante, o que permite especificar as características que determinam a sua identidade – aspetos que importa ter como referência e transpor para o projeto final. Numa segunda área de investigação, estuda-se a história da imprensa, bem como a sua comercialização, partindo do geral para o particular, no país, seguindo-lhe a região do Alentejo e, posteriormente, o concelho de Mourão. Pretendeu-se ainda apresentar diversas perspetivas de especialistas e teóricos acerca das vantagens e desvantagens da imprensa digital e qual a importância da imprensa regional. Numa terceira área de estudo da investigação, foca-se o design de comunicação, especificamente a área do design editorial de jornais, obtendo informações sobre os elementos constituintes de um jornal, objeto proposto como solução do projeto prático final de mestrado.



**PARTE 1**

**ENQUADRAMENTO TEÓRICO**



Capítulo 1

# CONTEXTUALIZAÇÃO DE PORTUGAL E DA VILA DE MOURÃO



## NOTA INTRODUTÓRIA

Esta investigação tem definido o município de Mourão, no Alentejo, como região central de implementação do projeto prático e pretende atender às necessidades da sua população residente e migrante. Para uma melhor contextualização da realidade deste concelho, bem como do Alentejo e do resto do país, sentiu-se a necessidade de abordar temáticas como as dinâmicas migratórias existentes, quais as razões que levam a esta problemática e que influências tem na população e, conseqüentemente, na sua economia, levando à elaboração do primeiro tópico deste capítulo. Após esta análise, foi realizado um tópico de introdução ao património que o concelho de Mourão possui, desde património cultural e edificado aos seus costumes e tradições. Por fim, fez-se um levantamento dos principais objetos de informação da região, tendo sido selecionados para análise cinco: o jornal *O Mouranense* do século XIX, o jornal *O Mouranense* desde 1967 até 2019, o jornal *Al'mogron* de 1992 a 1997 e, por fim, o *Boletim Municipal* dos anos 90 e o *Boletim Municipal* atual.



# 1.

## O PROCESSO DE LITORALIZAÇÃO EM PORTUGAL E A MIGRAÇÃO DAS REGIÕES INTERIORES DO ALENTEJO

Portugal tem um longo historial no que diz respeito a dinâmicas migratórias. No início do século XXI, com a integração de Portugal na União Europeia, sentiram-se diversas alterações nos campos da política, economia e demografia: “O desenvolvimento económico entre 1986 e 2000 contribuiu para a subida dos padrões de consumo e de bem-estar das famílias.” (Rodrigues e Moreira, 2011, p. 30 *apud* Rodrigues e Ferreira, 2014, p. 144). Esta melhoria económica alterou a realidade portuguesa no contexto europeu e no mundo, provocando um aumento nos índices de imigração de um país tendencialmente de emigração (Quintino, 2018, pp. 15 e 16), que foi reforçado pela instauração da livre circulação entre os países da União Europeia, em 1992 (Ramos, 2012, p. 67). Apesar desta nova fase nas dinâmicas migratórias em Portugal, que permitiram fluxos na europa por diversas razões “(temporalidade, sazonalidade, prestação de serviços, subcontratação, etc.)” (Ramos, 2012, p. 67), nos anos seguintes ocorreu uma regressão. A nova vaga de emigração da população portuguesa deveu-se essencialmente à crise económica que se estabeleceu nos anos de 2007 e 2008 e escalou com o pedido de resgate financeiro em 2011, provocando igualmente um declínio nos índices de imigração (Quintino, 2018, p. 16). Através dos dados do PORDATA, é possível confirmar que o saldo migratório de Portugal, desde 2011 até 2017, é tendencialmente decrescente, ou seja, o índice de imigração é inferior ao índice de emigração (PORDATA, 2022). Estas movimentações de entrada no país trazem outra problemática que assenta na concentração de população nas grandes zonas urbanas, como Lisboa e Porto. Através de dados estatísticos (Tabela I), em 2011, observa-se que o número de imigrantes provenientes de outro país é superior na região Norte e na Área Metropolitana de Lisboa, sendo o Alentejo a região de Portugal Continental com o número mais baixo. Em relação à migração interna, o maior número de imigrantes provenientes de outro município também se encontra nas regiões Norte e Área Metropolitana de Lisboa, sendo o Algarve a região de Portugal Continental com o menor número, seguindo-se-lhe o Alentejo (PORDATA, 2015).

**Tabela 1.** População residente por migrações segundo os Censos, dados de 2011.  
Fonte: Adaptado de PORDATA, 2015.

<i>Regiões de Portugal</i>	TOTAL	POPULAÇÃO QUE NÃO MUDOU DE MUNICÍPIO	IMIGRANTES PROVENIENTES DE OUTRO MUNICÍPIO	IMIGRANTES PROVENIENTES DE OUTRO PAÍS	EMIGRANTES PARA OUTRO MUNICÍPIO
PORTUGAL	10 562 178	10 087 700	275 615	81 778	-
CONTINENTE	10 047 621	9 594 974	263 515	78 435	-
NORTE	3 689 682	3 550 964	74 279	25 367	-
CENTRO	2 327 755	2 234 783	53 290	17 012	-
ÁREA METROPOLITANA DE LISBOA	2 821 876	2 656 749	102 827	26 275	-
ALENTEJO	757 302	725 610	19 504	4 613	-
ALGARVE	451 006	426 868	13 615	5 168	-
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	246 772	236 387	5 922	1 146	-
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	267 785	256 339	6 178	2 197	-

A reafirmar esta problemática está o facto de os índices de litoralização do país estarem num movimento crescente, sendo que, em 2021, cerca de 50% da população de Portugal era residente em apenas 31 municípios, concentrando-se nos polos centrais do país, Lisboa e Porto (INE, 2021, p. 3).

Nos últimos 10 anos, a zona do Alentejo registou a maior queda de população residente, com menos 6,9%, contrastando com o aumento de população na Área Metropolitana de Lisboa e no Algarve com 1,7% e 3,7%, respetivamente (INE, 2021, p. 3). Esta discrepância entre os polos urbanos e o restante território provoca grandes contrastes na oferta de serviços, infraestruturas e acessibilidades em zonas rurais e contribui para um aumento do índice de envelhecimento e para a diminuição da densidade populacional. Na região do Alentejo, registavam-se, em 2021, 219 idosos por cada 100 jovens (INE, 2021, p. 8) e uma média de 22,4 indivíduos por km<sup>2</sup> (PORDATA, 2022a).

A vila de Mourão – local de intervenção deste projeto final de mestrado – situada no interior do Alentejo, espelha todas estas alterações populacionais. Tem atualmente 2351 habitantes, um número que revela um acentuado declínio na população residente e que vem acontecendo desde os anos 60 do século XX, quando tinha 5815 residentes (Gráfico 1) (PORDATA, 2021).

Entre os anos 1960 e 1980, uma época de industrialização e de desenvolvimento para Portugal (Rosado, 2015), mas como consequência ainda da Segunda Guerra Mundial e da Guerra Colonial (Apêndice C), deu-se o início do fenómeno de desertificação de zonas rurais e interiores como é possível verificar na Vila de Mourão (Gráfico 1) (PORDATA, 2021). Mourão tem a maior queda de população residente nesse período. Numa tentativa de fugir à fome e à miséria, as pessoas migravam para zonas de Portugal que fossem mais industrializadas, como é o caso das periferias de Lisboa, Porto e Barreiro. Contudo, grande parte da migração ocorria para o estrangeiro, principalmente para França, Alemanha e Luxemburgo (Apêndice C).

Nesta mesma época, com a implantação da Fábrica de Celulose em Mourão, geraram-se novos postos de trabalho e fluxos de entrada de técnicos, no entanto, a distribuição e venda dos produtos eram na sua maioria direcionadas a Lisboa, o que levou a que, em 1966, houvesse a transferência da produção para o concelho de Sintra (Apêndice C) (Capelas, 2021). Este fator veio fazer com que a tendência de decréscimo da população residente no concelho voltasse ao movimento decrescente, facto que se verifica até aos dias de hoje (Gráfico 1). Também o saldo natural é negativo, ou seja, o número de mortes é superior ao número de nascimentos, o que impulsiona o duplo envelhecimento da população e, conseqüentemente, provoca uma média de 205 idosos para 100 jovens em 2021 (PORDATA, [s.d.]). Esta mobilidade da população em Mourão levou a que o saldo migratório continuasse negativo até 2018, contudo, a sua dinâmica nos últimos anos tem sido inconstante e com um ritmo divergente (PORDATA, [s.d.]).

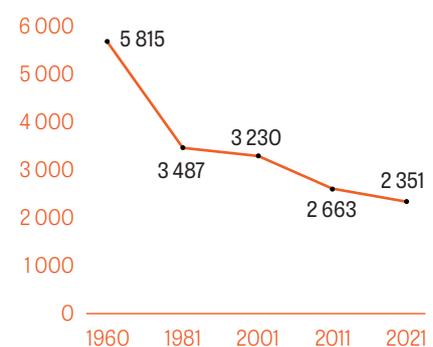
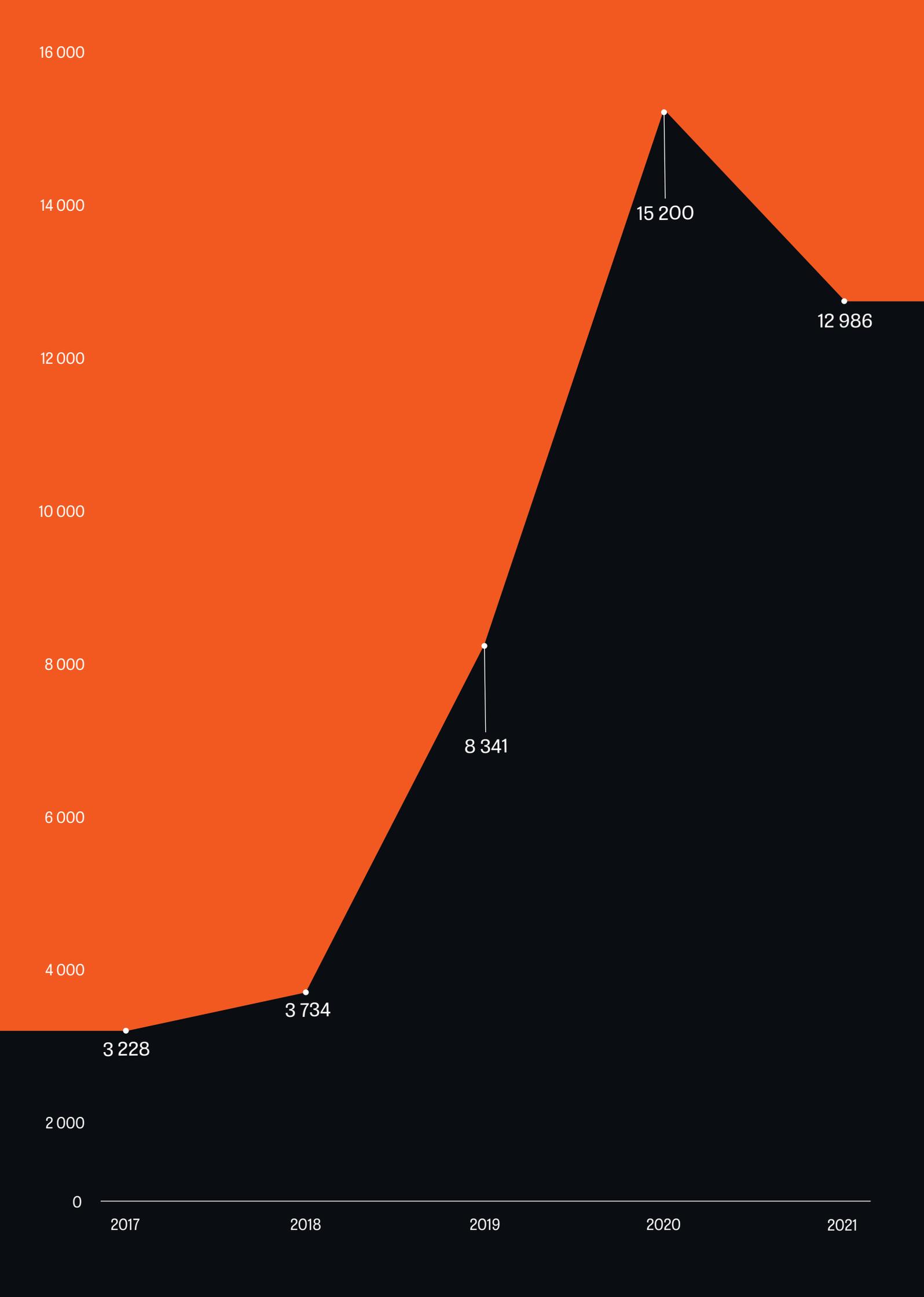


Gráfico 1. População residente no concelho de Mourão. Fonte: Adaptado de PORDATA, 2021.



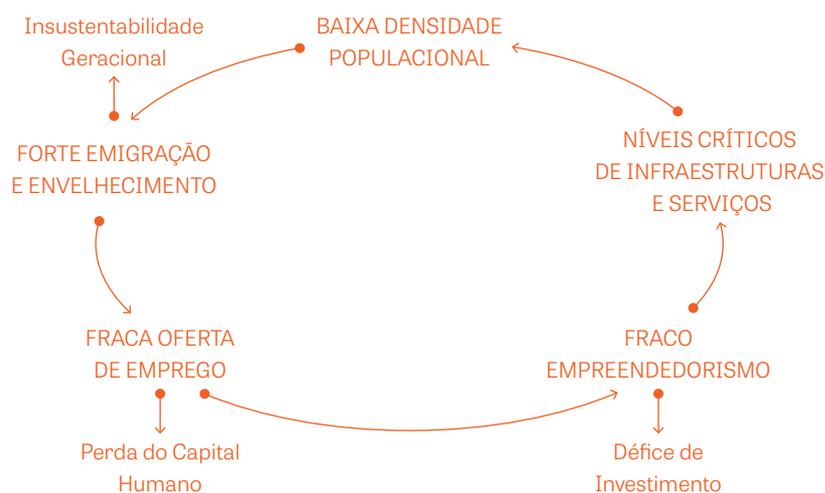
**Gráfico 2.** Número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em Mourão. Fonte: Adaptado de INE, 2022a.

Apesar do aumento da desertificação do interior e da litoralização do país, um dos setores em evolução é o turismo rural, que contribui para o aumento de visitantes que poderão um dia mais tarde fazer parte da comunidade local, mas que, no presente, contribuem para a economia da região. Do mesmo modo, Mourão registou uma subida exponencial de residentes estrangeiros, entre 2016 e 2021 (PORDATA, [s.d.]). O Alentejo é a segunda região com um número mais elevado de dormidas em estabelecimentos de turismo rural, com um total de 473 000 dormidas em 2021 (INE, 2022). No município de Mourão tem existido um aumento do número de empresas dos sectores do alojamento, da restauração, entre outros, passando de 32 empresas, em 2016, para 42 empresas em 2019 (PORDATA, s.d.). Devido à conjuntura dos três últimos anos causada pela Covid-19, diminuiu para o total de 32 empresas em 2020 (PORDATA, [s.d.]). Houve também uma pequena oscilação no número de dormidas nos estabelecimentos turísticos do concelho entre 2019 e 2021 (Gráfico 2), contudo, prevê-se evolução neste setor. A pandemia trouxe algumas vantagens como o trabalho à distância, contribuindo para o êxodo da cidade para o campo e para a vinda dos nómadas digitais (Apêndice B). Apesar disto, o limitado número de empresas no concelho influencia a quantidade de postos de trabalho existentes e o aumento do desemprego, uma das principais razões de saída dos habitantes (Apêndice A).

Na entrevista à Vice-Presidente da Câmara Municipal de Mourão (Apêndice A), são destacados outros motivos para a partida da população de Mourão para os polos urbanos de Portugal: a falta de habitações e a saída dos jovens para prosseguir estudos, acabando por se instalar na cidade.

Para colmatar estas problemáticas das regiões interiores do país, em 2017, o Governo publicou o *Programa Nacional Para a Coesão Territorial* com o intuito de definir medidas para promover “uma participação ativa e um envolvimento empenhado de autarquias locais, comunidades intermunicipais, associações, empresas e pessoas na construção de um interior mais coeso, mais competitivo e mais sustentável.” (República Portuguesa, 2017a, p. 4), referindo que uma das razões para estas disparidades se deve à implementação de políticas análogas em todo o território português, “tratando de forma igual o que é diferente.” (República Portuguesa, 2017a, p. 5). Problemas como a baixa atividade económica, a elevada taxa de desemprego, a falta de infraestruturas de saúde, de restauração, de habitação, de mobilidade pública, entre outros, são a razão e a causa dos fluxos de saída destas zonas rurais, levando a um “ciclo vicioso” (Figura 3) (República Portuguesa, 2017b, p. 6).

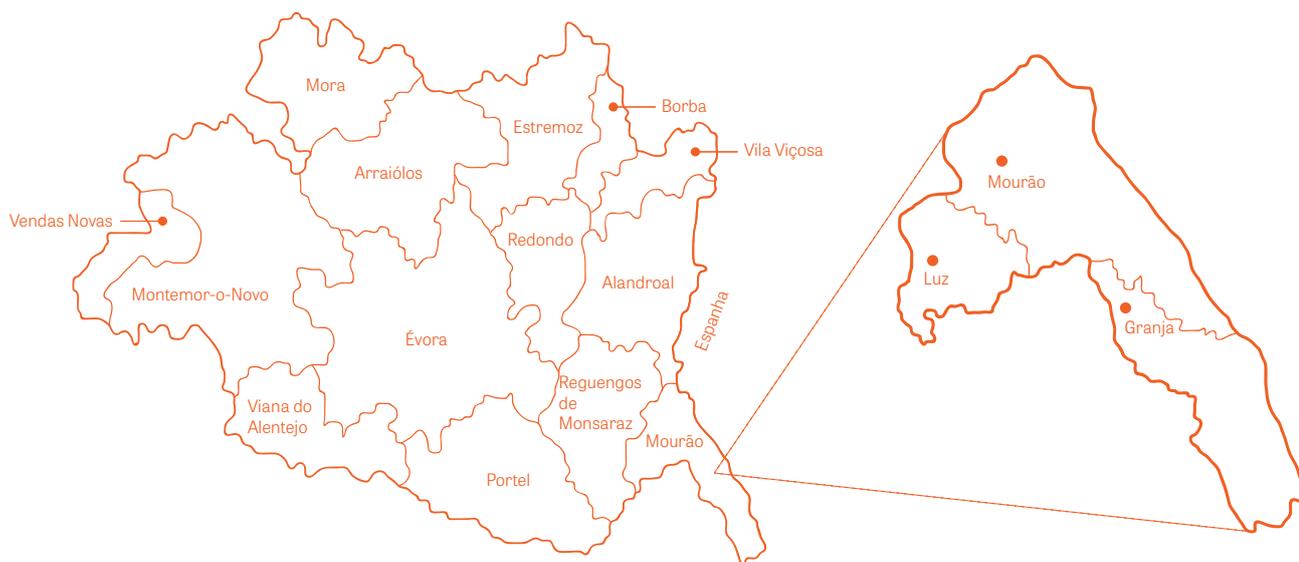
Este “ciclo vicioso”, que tem sido comum em Portugal, traz muitas repercussões a nível social e individual, na rotina das famílias e nas tradições e costumes locais. Para a comunidade migrante, a saída da sua terra natal exalta o sentimento de saudade, revelando que quem parte nunca parte na totalidade.



**Figura 3.** “Ciclo Vicioso” dos territórios de baixa densidade. Fonte: Adaptado de República Portuguesa, 2017, p. 6 *apud* PROVERE.

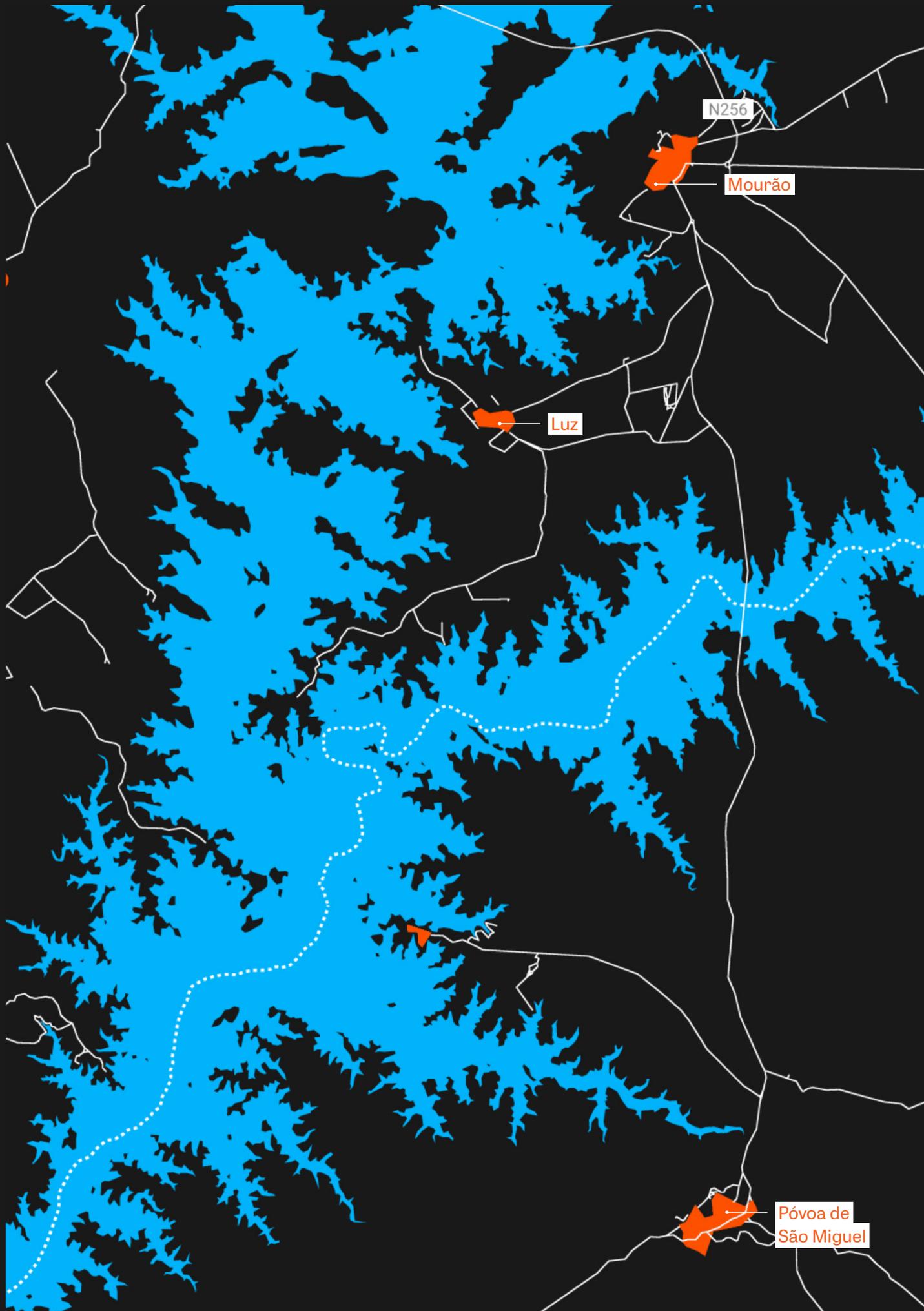
## 2. O PATRIMÓNIO CULTURAL DA VILA DE MOURÃO

Mourão é uma pequena vila situada na fronteira do distrito de Évora com Espanha (Figura 4). É sede de concelho com um conjunto de três freguesias – Mourão, Luz e Granja – e um total de 2351 habitantes, em 2021 (PORDATA, [s.d.]). É uma região interior no Alentejo Central com índices de envelhecimento e desertificação cada vez mais alarmantes, o que influencia em vários aspetos a economia local e a oferta de serviços e causa infraestruturas degradadas ou inexistentes e poucas oportunidades laborais. Contudo, como foi referido no capítulo anterior, a área do turismo tem registado progressos.



Uma das razões que possibilitou a evolução do turismo em Mourão foi a construção da barragem do Alqueva (Figura 5), atualmente o maior lago artificial da Europa, e que abarca a água proveniente do rio Guadiana. Foi projetada numa época em que o Alentejo sofria uma elevada perda de habitantes devido às difíceis condições de vida (Silva, 2020), e inaugurada em 2002. Este projeto permitiu o aparecimento de novas atividades, como a pesca, os desportos aquáticos e, sobretudo, a agricultura de regadio, que modificou a paisagem em toda a região, de uma paisagem árida e seca para uma paisagem verde plantada (Andrade, 2017).

**Figura 4.** Mapa do distrito de Évora e do concelho de Mourão.  
Fonte: Investigadora, 2022.



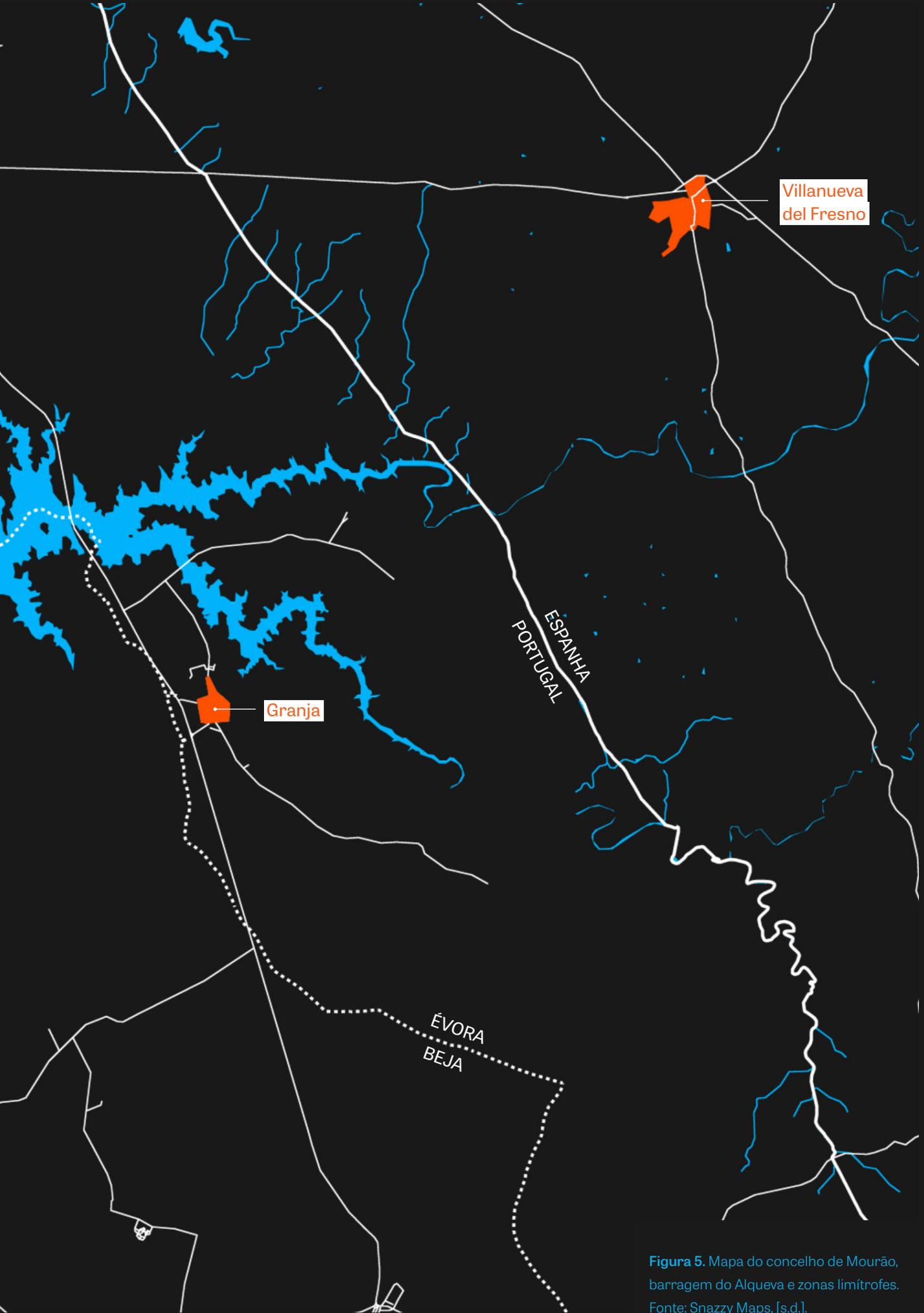


Figura 5. Mapa do concelho de Mourão, barragem do Alqueva e zonas limítrofes. Fonte: Snazzy Maps, [s.d.].

**Figura 6.** Chaminé Mourisca.

Fonte: Investigadora, 2022.



Segundo Guichard (2003, p. 241 e 242 *apud* Silva, 2021, p. 28), as barragens têm sido projetadas com o intuito de criar “novas paisagens promovidas à categoria de espaços turísticos, capazes de responder ao mesmo tempo a uma procura social crescente em matéria de lazer e ao desejo de suscitar uma atividade económica em forte desenvolvimento”. Foi assim com o Alqueva. O turismo rural cresceu e os fluxos de população estrangeira aumentaram, procurando um estilo de vida mais saudável e sustentável, em comunhão com a Natureza (Apêndices B e C).

Para além da sua paisagem, o concelho de Mourão tem uma enorme riqueza em património como a história, os costumes e as tradições que se inscrevem no dialeto, na gastronomia, na religião e na arquitetura.

Como se sabe, o dialeto alentejano, definido por um conjunto de expressões e sotaque particular, é uma das características identitárias da região e transmite uma certa musicalidade. Também a música é uma característica identitária forte da região, tendo o cante alentejano obtido a distinção de Património Mundial Imaterial da Humanidade pela Unesco, em 2014.

A gastronomia tradicional da região é conhecida pelas açordas (de peixe do rio, de cação, de beldroegas, entre outras), pelo gaspacho e migas, e na doçaria, pelo bolo Rançoso, bolo Podre, bolo Tão Bom Como Tão Bom, manjar e encharcada. É também conhecida por outros produtos regionais como azeite, queijo, enchidos, presuntos, azeitonas, vinhos e o famoso pão alentejano (Gastronomia, [s.d.]).

Ao nível da arquitetura, é de destacar a utilização de materiais como o xisto, a cal, o adobe e a taipa na construção (Capucho, 2009, p. 3665). As ruas pintadas de branco, azul e amarelo e as chaminés mouriscas (Figura 6) com formato cilíndrico e ornamentações únicas, “de tipologia absolutamente diferenciada da do Alto-Alentejo, e de desenho mais vizinho, na sua estrutura e características, às da região estremenha castelhana e da Província do Algarve.” (Espanca, 1978, p. 184).



**Figura 7.** Entrada da igreja Matriz da freguesia de Mourão.  
Fonte: Investigadora, 2022.

**Figura 8.** Castelo de Mourão.  
Fonte: Investigadora, 2022.



A religião, de crença cristã, tem uma forte influência no quotidiano dos habitantes da vila de Mourão, que tem como santa padroeira Nossa Senhora das Candeias. Em sua celebração, é realizada anualmente uma festa, no dia 2 de fevereiro. Esta é uma época com um grande fluxo de pessoas na vila, o que permite a união entre residentes, migrantes e visitantes do concelho, tal como acontece nas épocas festivas do Natal, Carnaval e Páscoa, assim como com a celebração de São Pedro e de São Sebastião, no verão (Apêndices A, B e C).

Esta devoção religiosa gerou um diverso edificado cultural e religioso por todo o concelho. Na freguesia de Mourão, encontramos alguns exemplos, como o Jardim Municipal, a Igreja da Misericórdia, a Igreja de São Francisco, a Ermida de Nossa Senhora dos Remédios, a Ermida de São Bento, a Ermida de São Sebastião e a Igreja Matriz da Nossa Senhora das Candeias (Figura 7) que está inserida no Castelo de Mourão (Figura 8) (Capucho, 2009, p. 3666).

A construção do castelo de Mourão não tem data definida, mas, segundo a inscrição numa lápide, sabe-se que, em 1296, quando Mourão foi integrado no Reino, D. Dinis determinou a sua remodelação. Foi D. Afonso IV que acabou por finalizar essa obra e erguer a Torre de Menagem, em 1343. Esta torre encontra-se perto da entrada principal, a Porta do Relógio (Espanca, 1978, p. 168; Patrocínio, 2014, p. 6). No seu interior nasceu uma urbanização que, ao longo do tempo, se expandiu para os seus arredores, organizada por estatuto social de forma crescente do exterior para o interior do castelo (Patrocínio, 2014, p. 6).

Com o aparecimento da imagem de Nossa Senhora das Candeias no campo: “A força da veneração consagrava o poder de Nossa Senhora, como Santa Mãe, porque aparece com o Menino, e o seu poder transformador que alumia as almas” (Patrocínio, 2014, p. 7), ergue-se a primeira igreja Matriz em devoção à padroeira da terra em local desconhecido (Guerreiro, 1964, p. 173). Mourão sofre entre 1640 e 1667 o impacto da Guerra da Restauração, que levou a que grande parte

do edificado urbano e algumas igrejas fossem destruídos, incluindo a igreja Matriz. Tal levou à construção da atual igreja Matriz, em 1681 (Guerreiro, 1964, p. 174). Presentemente, o castelo de Mourão, assim como a igreja Matriz, são utilizados ocasionalmente para festividades e eventos e mantêm a sua função como lugar de culto à santa da terra.

Para além dos locais culturais e religiosos, Mourão possui jardins, parques e, ainda, duas zonas balneares: as piscinas municipais e a praia fluvial (Figura 9), onde decorrem eventos como o Festival das Migas, unindo a paisagem característica da região com a gastronomia, um excelente atrativo para novos visitantes.



**Figura 9.** Praia fluvial do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.

A freguesia da Luz é uma aldeia construída de raiz para alojar a população da original Aldeia da Luz (Figura 10), que a construção da barragem do Alqueva fez submergir. A trasladação de toda uma aldeia é um fenómeno de elevado interesse sociológico. A população recomeçou a sua vida, cultivando em novas terras e transportando os seus animais e o seu sustento para outro local. A construção, embora mais recente, procurou manter os traços característicos da arquitetura da região (Figura 11), contudo, património histórico como o castelo da Lousa, pontes romanas e igrejas perderam-se irremediavelmente. Para preservar a memória, foi criado na nova aldeia o Museu da Luz.

Numa entrevista, o presidente da Junta de Freguesia, Francisco Oliveira, que permaneceu na transição cerca de 10 anos, referiu: “Mudámos os vivos e os mortos, mas não mudámos de vida” (Dias, 2012). Este fenómeno de mudança constituiu uma violenta fratura emocional na população que, não conseguindo encontrar aspetos positivos, foi deixando a nova aldeia. A população mais idosa, que nasceu e foi criada na aldeia antiga, recorda com tristeza a herança e raízes que agora se encontram submersas (Silva, 2020). Na nova aldeia, como património cultural, foi construída, à semelhança da antiga, a igreja de Nossa Senhora da Luz, cuja origem se deveu à aparição da santa na mesma época do aparecimento da Nossa Senhora das Candeias, em Mourão (Patrocínio, 2014, p. 7).

A freguesia da Granja é a mais distante da sede do concelho, a 12 km. Tem como monumentos culturais e religiosos a Igreja Matriz de São Brás, construída em data desconhecida no ponto mais alto (Espanca, 1978, p. 190), destacando-se entre as habitações baixas da aldeia (Freguesia de Granja, [s.d.]). O santo padroeiro da Granja é São Brás, um bispo que sentiu a luz de Nossa Senhora das Candeias (Patrocínio, 2014, p. 5).

Concluindo, Mourão por ser uma região com fortes raízes no passado, permanece com as suas tradições e costumes muito vivos no quotidiano da população. Estes moldam a sua identidade, são o orgulho da população residente e a saudade da população migrante.

**Figura 10.** Antiga Aldeia da Luz, antes da construção da barragem do Alqueva.  
Fonte: A antiga Aldeia da Luz, 2009.



**Figura 11.** Atual Aldeia da Luz, após a construção da barragem do Alqueva.  
Fonte: Henriques, 2020.



Figura 12. Primeira página da primeira e única do jornal O Mouranense a 4 de março de 1895. Fonte: Investigadora, 2022.

Anno I <sup>39</sup> Lisboa, 4 de março de 1895 Numero 1

# O MOURANENSE

SEMANARIO INDEPENDENTE, LITTERARIO, NOTICIOSO E RECREATIVO

<p><b>ASSIGNATURAS</b> Pagamento adelantado</p> <p>Anno ..... 12.000 Semestre ..... 6.500 Trimestre ..... 3.500</p>	<p><i>Defensor dos interesses do concelho de Mourão</i></p> <p>Numero avulso — 20 réis</p>	<p><b>PUBLICAÇÕES</b> No corpo do jornal e annuncios privados, por contrato particular.</p> <p>Annuncios avulso — 20 réis a linha que se descriptiva originaria.</p>
---	--	--



---

**EXPEDIENTE**

A todas as pessoas, a quem enviarmos *O Mouranense*, rogamos a obsequiosa fineza de no-lo devolver, caso nós não queiramos honrar com a sua assignatura.

— Aceitam-se correspondentes idoneos em todas as povoações alemtejanas.

— A cobrança das assignaturas effectua-se ha dezois de publicação do 2.º numero.

**Toda a correspondencia deve ser enviada á redacção e administração de O Mouranense, rua da Provisão, 148 2.º, Lisboa.**

◀

**SEGUNDO A PRAXE**

É uso, quando algum jornal appareça ou publico pela vez primeira, consagrarem-se-lhe algumas palavras justificativas da sua razão de ser e que sirvam para os leitores como que de uma synthese da missão que o recourvindo se propõe cumprir.

Gostosamente obedecemos á praxe estabelecida, tanto mais que a publicação d'um jornal como *O Mouranense* não se explica tão facilmente como á primeira vista pareceria. Seria *O Mouranense* filho d'um capricho e terá por consequencia a vida das rosas de Metherbe? Correspondêrã elle não á um capricho, mas á uma necessidade imperiosa e urgente? Eis ao que passamos a responder e, em á nossa resposta, irá, implicitamente, a razão do nosso apparecimento.

Bem longe de representar um capricho, *O Mouranense* appareceuse depois de bem ponderadas as razões que nos forçaram á publico.

Os actos, que de ha mezes se vem succedendo em Mourão, são tão attentatorios da lei, do bom senso e da justiça que nós, filios d'esta pequena villa alentejana, a quem sempre velar e emblevamente pelos seus interesses, não poderíamos, sem que da nossa parte se commettesse um verdadeiro crime, deixar sem castigo factos que revoltam ainda os mais indifferentes.

Este é um dos motivos; o outro, sem duvida não menos importante, é o desejo ardente que nos anima de, nos limites que as nossas fracas forças permittem, podermos ser uteis á terra que nos viu nascer pugnano pelos seus interesses, chamando á no grandioso ága da civilização, trabalhando para que ella entre n'um largo caminho de prosperidade, desenvolvimento e riqueza a que os recursos extraordinarios que a natureza lhe concedeu, lhe dão o mais cabal e legitimo ins.

Exponhamos assim á vossa razão de ser e a missão modesta, mas honrosa, que nos propomos desempenhar, resta-nos o, mais que todos grato, dever de saudarmos vehementemente todos os nossos irmãos mais velhos da imprensa portugueza, aguardando, d'esses campeões e obreiros de rodados do progresso e da luz a mais leal e boa camaradagem propria dos espiritos generosos e bons que se dedicam ás luctas improbas e inglorias do jornalismo.

— A todos, pois, Saivê!

◀

**JOÃO JOSÉ DE VASCONCELLOS ROSADO**

Seria indisciplpavel ao primeiro jornal, dedicado exclusivamente á Mourão, que vem assentar arraiaes no campo luctuoso da imprensa, não ter algumas, ainda que ligeiras, palavras para o saluto mais sympathico, mais generoso e compassivo que Mourão tem possuido e que á morte, ainda não ha muito, do bon á adorado dos seus e ao respeito de todos.

*O Mouranense*, pois, lembrando o nome atreolado por uma vida de trabalho lúano e caridade inexgotavel de João José de Vasconcellos Rosado, presta um tributo sincero de respeito e gratidão á memoria veneranda e augusta de quem tanto honrou o nome Rosado pelas qualidades grandemente bellas que exornavam o seu espirito do mais puro e crystallado ouro.

◀

**Festas em Lisboa**

Passa, no proximo dia 8 de março, o anniversario natalicio do mais carinhoso, do mais affavel e grande poeta lyrico portuguez — João de Deus.

A Academia de Lisboa, n'um movimento de sympathia e nobre inspição, projectou e conseguiu levar á cabo n'uma manifestação de respeito e veneração, que será n'uma verdadeira apoteose em vida, ao navioso cantor e ao illustre pedagogo amigo dedicado das treanças.

A festa de João de Deus deve ser tofa de flores; como estas, o espirito do grande poeta é um verdadeiro ramalhete das flores, mais bellas de modestia, d'amor, de carinho e de benevolencia.

As restantes academias do paiz, associando-se á de Lisboa n'esta glorificação ao grande portuguez, mostram a toda a luz o carinho e o acatamento que lhes merece o espirito, todo luz e poesia, de João de Deus.

— Gloria ao poeta!

Honra nos novos, que assim presam as puras glorias nacionais!

◀

**A divisão da contada de Mourão**

I

É este o assumpto palpitante em Mourão absorvendo, por assim dizer, ha mezes, todas as attentões e tendo dado azo a factos verdadeiramente edificantes e dignos de ficarem registrados para exemplo a vobros.

— Dois jornas, *A Tarde* e *A Vanguarda*, prestando generosamente as suas columnas ás reclamações justas de grande numero de mouranenses tem verberado, asperamente, o procedimento dos membros da camara municipal n'esta desgraçada questão que ameaça protelar-se até que as autoridades competentes venham impôr-se aos desvarios praticados.

Para nós é em extremo desagradavel o termos de entrar em tal assumpto, pois que alguns factos d'amizade sincera nos prendem a dois ou tres vereadores mouranenses; mas, acima d'essa amizade, collocamos o amor á justiça e o respeito á lei. Assim encetaromos, hoje, uma serie de artigos sobre esta lamentavel questão e, dós a quem doer, cusite a quem custar, havemos de marcar com um stigma infamante todos os que assim o merecerem. Não condescenderemos, por que a condescendencia seria um crime; amamos muito a nossa terra, na qual ainda esperamos ter sete palmas de terra para dormirmos o ultimo e o mais longo dos sonhos ao lado dos restos d'Amelia que nos deu o ser, para que consist-mos que ella seja theatro dos abusos mais revoltantes, dos facciosismos mais terriveis, commettidos por quatro ou cinco desorientados, favorecidos por esse occulto, bem alto o preciamos, não reconhecemos nem talento, nem influencia bastante, para um tal desideratum!

Antes de mais considerandos naremos, porém, expondo só a verdade nua e crua, os factos taes quaes se têm passado porque el-

les só por si são tão eloquentes, falam tão alto e claro, que o criterio esclarecido dos nossos leitores, dispensando mais largos commentarios da nossa parte, avaliará bem e a toda a luz de que lado estão a justiça, o direito, a lei, o bom senso e a coherencia.

No dia 22 de outubro de 1893 foi apresentado pelos srs. dr. Joaquim Barreto Garcia e Joaquim de Mello e Castro de Vasconcellos Gus não, em sessão ordinaria da camara, um requerimento, com quinzeletas e vinte e nove assignaturas devidamente reconhecidas de moradores vizinhos das duas freguezias Candeias e S. Leonario, pedindo nos termos da lei a desamortização de toda a contada e sua divisão por moradores vizinhos que tivessem direito á partilha da mesma contada.

A camara unanimemente deferiu o pedido, especificando-se na acta da sessão que resolveu assim, attendendo a que o requerimento era assignado por grande maioria de moradores vizinhos. Auctorizada, pois, com se encontra expozado na acta d'essa sessão, que a contada da villa fosse desamortizada por aforamento sem praça e assim dividida toda tambem em tantas cotellas ou glebas de equal valor cada uma quantos fossem os moradores vizinhos que houvesse nas duas freguezias das Candeias e S. Leonario. A commissão districta de Evora, na sua sessão de 10 de maio de 1894, sancionou a divisão tal como foi resolvida pela vereação; isto é sancionava a divisão baseada sobre o morador-vizinho.

A camara, em harmonia com as suas proprias deliberações, começou a proceder ao arrolamento das pessoas ás quaes, bem ou mal, não o discutimos agora, reconheca o direito de serem contempladas na divisão da contada. Notaram-se, porém, aqui já umas certas irregularidades, pois que arrolando dois e tres individuos d'uma só casa n'outras, em perfeita paridade de circumstancias, approvava para o arrolamento uma.

O facto toronou se notorio e viu-se que os mais contemplados eram os favoritos ou protegidos dos srs. vereadores, e os lançados ás foras eram aquellos que, politica ou pessoalmente, não eram sympathicos á illustre vereação.

Mais frisaute tornou ainda o puerco regular andamento d'um assumpto tão grave e pertinnica da camara em não querer reconhecer, como tendo juiz á divisão da contada, a ex.<sup>ma</sup> sr.<sup>a</sup> D. Maria

Contextualização de Portugal e da Vila de Mourão  
Capítulo 1  
Maria João Jordão Nunes  
Projeto Final de Mestrado

### 3.

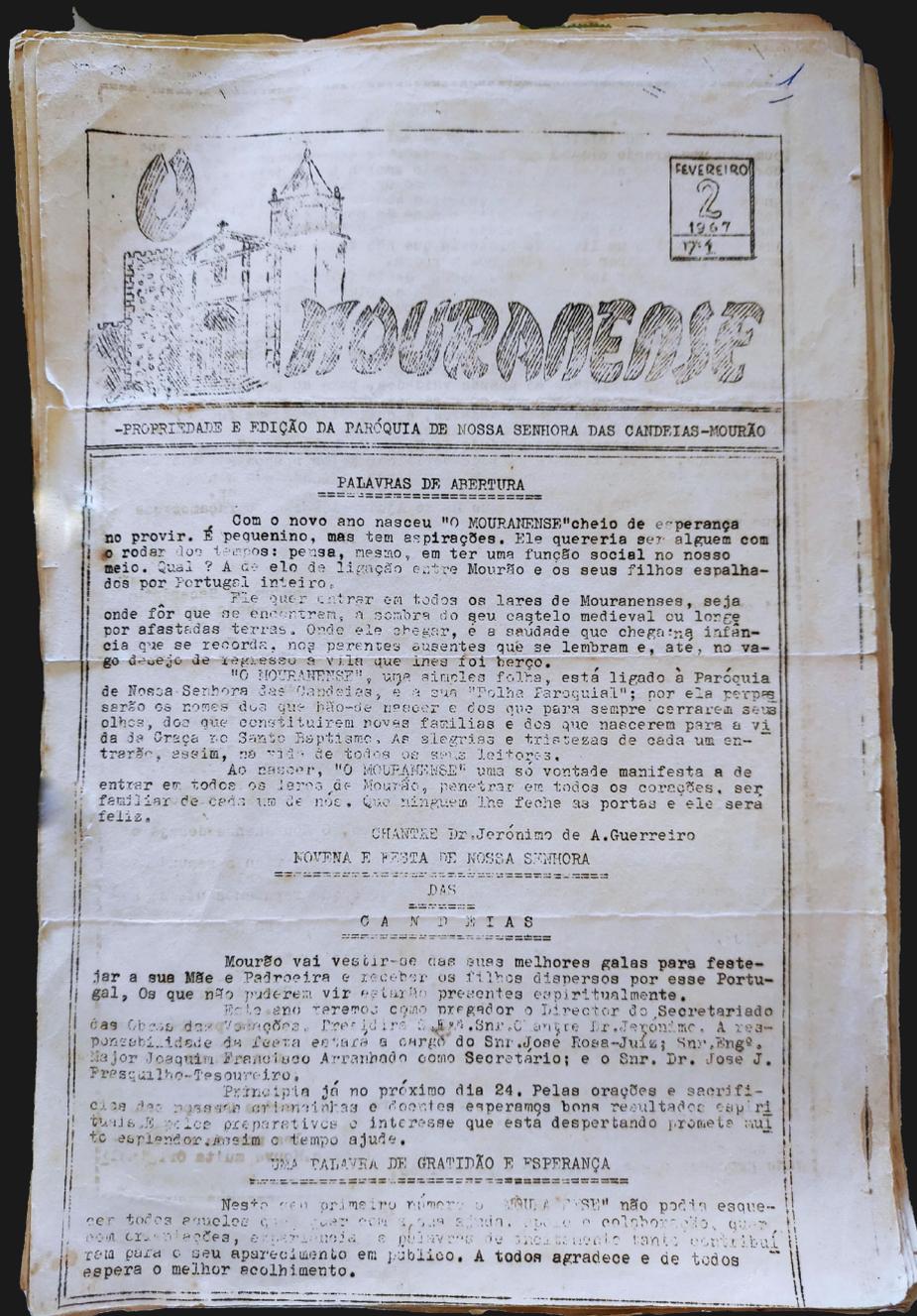
## OS OBJETOS IMPRESSOS LOCAIS E REGIONAIS DA VILA DE MOURÃO

Para que a concretização da componente projetual desta investigação fosse bem-sucedida, foi relevante fazer uma análise dos objetos impressos que se enquadrem na categoria dos periódicos, sendo que os principais e com maior presença na população do concelho de Mourão passam pela existência de dois jornais, um independente e outro de cariz religioso, e um *boletim municipal* camarário.

Apesar de estes terem sido os principais meios de comunicação do concelho, na sua história existiu outra publicação que se considerou interessante analisar brevemente, devido ao fato de ter a mesma denominação de uma das publicações mais recentes do concelho de Mourão – o jornal *O Mouranense*. Com o seu aparecimento datado de dia 4 de março, do ano de 1895, na sua primeira e única edição, tem como subtítulo: “SEMANÁRIO INDEPENDENTE, LITTERARIO, NOTICIOSO E RECREATIVO” (Figura 12). Apesar de a sua existência se resumir a uma única edição – pelo que se tem conhecimento e devido à falta de registos da época –, este jornal apresentava intenções de continuidade, que se podem observar através da apresentação do custo das assinaturas e da indicação de conteúdos que viriam a ser apresentados nas edições seguintes, tal como, a rubrica “Alemtejo” sobre temáticas da história dos concelhos das proximidades. Este semanário nasceu de um desejo incessante de justiça, como o próprio slogan refere: “Defensor dos interesses do concelho de Mourão”. Através do texto introdutório do editorial do jornal, podemos aferir as razões de produção deste periódico. A principal prende-se com a problemática da divisão de terrenos e da gestão dos órgãos municipais; a segunda razão deve-se à ação cívica por parte de mouranenses residentes em Lisboa, tentando contribuir com conteúdos factuais e com a ampliação dos valores e interesses da vila: “(...) trabalhando para que ella entre n’um largo caminho de prosperidade, desenvolvimento, e riqueza; (...)” (Seguindo a Praxe, 1895, p. 1).

Figura 13. Primeira página da primeira edição do jornal *O Mouranense* em 1967.

Fonte: Investigadora, 2022.



O jornal tem na sua totalidade apenas 4 páginas, estruturadas em quatro colunas, com ausência de imagens e cor. Apresentava a criação de rubricas para as edições seguintes, podendo alguns dos artigos apresentados na edição conhecida também virem a ser possíveis rubricas no futuro: “Litteraria” (poema), “Historia”, “Interesses agrícolas” (mercado de produtos alentejanos), “Indicações uteis” (movimento dos comboios). Apresenta destaques sobre os anúncios publicitários referindo o custo avulso (20 reis), mas também a possibilidade de realização de contratos. De destacar que, no início do conteúdo, o jornal apresenta uma chamada de atenção aos leitores a quem a primeira edição foi enviada, referindo que, caso não o quisessem subscrever, deveriam devolvê-lo à sede.

Com um tempo de atividade diametralmente oposto, mas com a mesma denominação, existiu o jornal *O Mouranense* cuja primeira edição data do ano de 1967 (Figura 13). Não se sabe exatamente qual a data de encerramento, pois o Arquivo Municipal de Mourão não possui todos os números do jornal, principalmente dos últimos anos de atividade. Contudo, através das entrevistas realizadas e com algumas edições arquivadas pela investigadora, calcula-se que o seu fecho terá ocorrido no ano de 2019, tendo, por isso, contado com 52 anos de atividade. O seu encerramento ocorreu devido à mudança de pároco responsável pela paróquia de Mourão.

Este jornal nasceu de “(...) um fator agregador e, sobretudo de dois grandes objetivos, a dimensão de ligação local, o elo de fortalecimento da identidade mouranense (...)” (Apêndice C):

«Com o novo ano nasceu “O MOURANENSE” cheio de esperança no porvir. É pequenino, mas tem aspirações. Ele quereria ser alguém com o rodar dos tempos: pensa, mesmo, em ter uma função social no nosso meio. Qual? A de o elo de ligação entre Mourão e os seus filhos espalhados por Portugal inteiro. Ele quer entrar em todos os lares de Mouranenses, seja onde for que se encontrem, à sombra do seu castelo medieval ou longe por afastadas terras. Onde ele chegar, é a saudade

**Figura 14.** Primeira edição com imagem na primeira página do jornal *O Mouranense* em dezembro de 1982.  
Fonte: Investigadora, 2022.



# O MOURANENSE

AVENÇA

404

DE Z E M B R O
1 9 8 2
MF-191 ANO-XVI
7240 - MOURÃO
P O R T U G A L

DIRECTOR  
PAROCO DE MOURÃO  
Telef. 5 61 73

BOLETIM MENSAL  
DE  
MOURÃO, GRANJA E LUZ

PROPRIEDADE E EDIÇÃO  
Paróquia de N. S. das Candeias  
7240 MOURÃO — PORTUGAL



BOAS FESTAS! FELIZ NATAL!

O MOURANENSE  
D E S E J A  
A TODOS OS SEUS COLABORADORES  
ASSINANTES E AMIGOS  
BOAS FESTAS DE NATAL  
E  
FELIZ ANO NOVO ! . . .

DIA DE NATAL !  
Dia da Confraternização Universal,  
dia de Amor, de Paz, de Felicidade,  
de sonhos e Venturas.  
É dia de Natal.  
Paz na Terra aos Homens de Boa Vontade.  
Glória a Deus nas alturas.

ANTÓNIO GEDEÃO

VILA DE MOURÃO NO INVENTÁRIO

Túlio Espanca, neste 1.º capítulo da sua memória sobre Mourão, deixou-nos o mais acabado resumo escritos até hoje, abrangendo historicamente o passado da vila, o seu desenvolvimento, as figuras a ela ligadas, terminando com o período da Guerra da Restauração e da Independência. Nela é respeitada a história, alheando-se a fantasia e a lenda que nos autores mal documentados tinham foros de verdade.

A entrada de Mourão entre 1271 - 1273 na coroa portuguesa, tivera já antes os seus senhores conhecidos, como D. Teresa Gil, amante do rei de Castela D. Sancho IV, Martins Silvestre, de Mensaraz, o cavaleiro da casa do Infante D. Pedro, regente do reino, João Falcão que foi escolhido para alcaide-mor de Mourão, Diogo de Mendonça e seus descendentes de apelido Mendonça Furtado, e, após elas, os marqueses de Montebelo e os condes da Figueira.

No tempo da regência da rainha D. Luísa de Gusmão, importantes obras se fizeram em Mourão.

No território da fronteira foi criado o Porto São, ou alfandega que deu origem ao povoamento de S. Leonardo.

No fim desta parte histórica, o autor apresenta uma bibliografia que pensa prestar admiráveis benefícios a quem comece os seus estudos sobre Mourão.

DEÃO ALCÂNTARA GUERREIRO

NESTA QUADRA DO NATAL

Lembra-te de que há crianças, jovens, adultos e velhinhos, espalhados pelo mundo fora, que não têm Natal . . .

que chega: na infância que se recorda, nos parentes ausentes que se lembram e, até, no vago desejo de regresso à vila que de Inês foi berço.

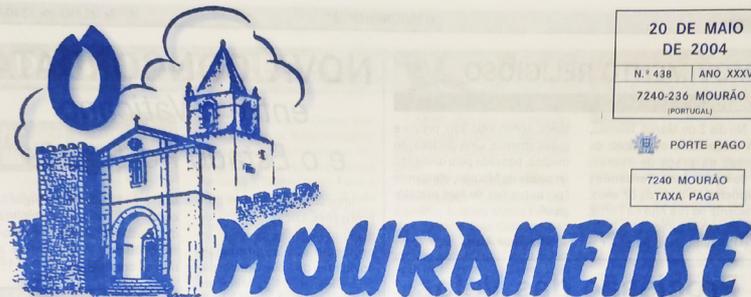
“O MOURANENSE”, uma simples folha, está ligado à Paróquia de Nossa Senhora das Candeias, é a sua “Folha Paroquial”; por ela perpassarão os nomes dos que hão de nascer e dos que para sempre cerraram seus olhos, dos que constituírem novas famílias e dos que nascerem para a vida da Graça no Santo Baptismo. As alegrias e tristezas de cada um encontraram, assim, na vida de todos os seus leitores.

Ao nascer, “O Mouranense” uma só vontade manifesta a de entrar em todos os lares de Mourão, penetrar em todos os corações, ser familiar de cada um de nós. Que ninguém lhe feche as portas e ele será feliz.» (Guerreiro, 1967, p. 1)

O *Mouranense* pertencia à Fábrica da Igreja (Apêndice A) – instituição responsável por promover e sustentar as necessidades da igreja – e o seu conteúdo era predominantemente de cariz religioso, difundindo e calendarizando cerimónias e festividades de culto religioso, mas apresentando também conteúdos de interesse geral, como óbitos, nascimentos e casamentos, artigos de opinião, notícias camarárias, rubricas sobre a história do concelho, entre outros. Era identificado como um jornal familiar e destacava os artigos sobre desporto como a principal forma de cativar a população mais jovem (Apêndice C). Foi um jornal que ao longo do tempo evoluiu (Figura 14, 15, 16), passando de apenas uma página datilografada numa máquina de escrever para um jornal constituído por grelhas, que acompanhou a inserção da imagem e o aparecimento da impressão a cores e que passou por vários formatos.

Grande parte da sua atividade teve periodicidade mensal. Contudo, no último ano, passou a ser bimensal. Era maioritariamente vendido através de subscrição com um custo de 12€ por ano para Portugal, 24€ por ano para a Europa e 26€ por ano para o resto do Mundo. Avulso tinha um custo de 2€, valores que oscilaram ao longo do período de atividade. O jornal beneficiava de porte pago, o que possibilitava menos despesas

**Figura 15.** Primeira página do jornal  
*O Mouranense* na edição de maio de 2004.  
 Fonte: Investigadora, 2022.



20 DE MAIO  
 DE 2004  
 N.º 438 | ANO XXXVIII  
 7240-236 MOURÃO  
 (PORTUGAL)

PORTE PAGO

7240 MOURÃO  
 TAXA PAGA

Director e Editor: P. INÁCIO NUNES BRANCO Propriedade: FABRICA DA IGREJA PAROQUIAL DA FREGUESIA DE MOURÃO - Telefone: 266 586 173 - Fax: 266 586 749 BOLETIM MENSAL NÚMERO AVULSO = 0,90 € ASSINATURA ANUAL = 9,50 €

## D. Francisco Sanches Alves

**Bispo de Portalegre  
 e Castelo Branco**

Sacerdote e Vigário Geral  
 da Arquidiocese de Évora

Bispo Auxiliar e Vigário Geral  
 do Patriarcado de Lisboa

D. José Francisco Sanches Alves, que nasceu a 20 de Abril de 1941, na freguesia de Lageosa/Sabugal, diocese da Guarda, foi nomeado, por João Paulo II, para Bispo de Portalegre e Castelo Branco.

Estudou Filosofia e Teologia nos seminários da Diocese de Évora. Em 1966, a 3 de Julho, foi ordenado presbítero na Catedral de Évora. Em Roma fez o Curso de Ciências da Educação, na Pontifícia Universidade Salesiana, onde obteve o doutoramento em Psicologia.

Foi Pároco de Santiago do Escorial, Professor do Instituto Superior de Teologia, Secretário Diocesano da Catequese e Reitor do Seminário Maior de Évora. De 1988 a 1998 foi Vigário Geral da Diocese. Na Arquidiocese de Évora foi ainda Coordenador Diocesano da Pastoral e Presidente do Cabido da Catedral.

A 7 de Março de 1998 foi nomeado Bispo Auxiliar de Lisboa. A ordenação episcopal celebrou-se em Évora, a 31 de Maio de



1998. Desde essa data, o seu trabalho pastoral decorre no Patriarcado de Lisboa onde, além de outras actividades, é Vigário Geral e Moderador da Cúria.

Desde 11 de Abril de 2002, preside à Comissão Episcopal de Acção Social e Caritativa.

No dia 29 de Março, deste ano, pelas 15 horas, visitou a aldeia da Luz e toda a zona banhada pela barragem de Alqueva, na companhia do Cardeal Patriarca, D. José da Cruz Policarpo e de D. Manuel Nascimento Clemente, Bispo Auxiliar de Lisboa.

A sua tomada de posse está agendada para o próximo dia 30 de Maio, na cidade de Portalegre.

**Foi inaugurada a Central  
 Hidroelétrica de Alqueva**

Página 6



**Acheegas  
 para a História de Mourão**  
 pelo Doctor José Cosme

**Elementos para a História  
 do Banco Espírito Santo  
 (BES), em Mourão - V**

BANCO ESPÍRITO SANTO  
 E COMERCIAL DE LISBOA MOURÃO,  
 Dezembro de 1979

Prezado Cliente

Temos o maior prazer em lhe anunciar a abertura de uma nova Agência deste Banco, em MOURÃO, com instalações na:

Rua General Humberto Delgado, N.º  
 I, 7240 MOURÃO, Telefone 56218

Esta inauguração, que terá lugar em Janeiro próximo, nasce da nossa vontade firme de apoio útil às diversas actividades de natureza económica e social que dele careçam e o justifiquem, sejam elas iniciativas modestas ou grandes empreendimentos.

Para uma melhor compreensão dos seus problemas e para um inteiro conhecimento dos nossos meios e serviços que podem contribuir para a sua resolução, solicitamos-lhe que, na primeira oportunidade, nos visite, pois temos o maior empenho em ser-lhe prestáveis.

Aproveitamos a oportunidade para lhe desejar as maiores prosperidades e apresentamos-lhe os melhores cumprimentos.

Figura 16. Primeira página do jornal O Mouranense na edição de dezembro de 2010. Fonte: Investigadora, 2022.

20 de Dezembro de 2010

N.º 510	ANO XLIV
7240-236 MOURÃO (PORTUGAL)	
TAXA PAGA	

Director: P. INÁCIO NUNES BRANCO | Propriedade e Editor: FÁBRICA DA IGREJA PAROQUIAL DA FREGUESIA DE MOURÃO | Telefone e Fax: 268 586 173  
 Periodicidade: MENSÁRIO | NÚMERO AVULSO = 1,00€ | ASSINATURA ANUAL: Portugal = 10,00€ - Europa = 20,00€ - Resto do Mundo = 24,00€

Horário das Missas  
na Época Natalícia

**Dia 24 – Sexta**  
 22,00h. – Luz (Santuário)  
 24,00h. – Mourão (Matriz)

**Dia 25 – Sábado – Dia de Natal**  
 9,30h. – Mourão (Misericórdia)  
 11,30h. – Mourão (Matriz)  
 16,30h. – Granja

**Dia 26 – Domingo**  
 9,00h. – Mourão (Misericórdia)  
 11,00h. – Mourão (Matriz)  
 16,30h. – Granja  
 18,00h. – Luz (Coração de Jesus)

**Dia 31 – Sexta**  
 20,30h. – Mourão/Antecipada (S. Francisco)

**Dia 1 – Sábado – Ano Novo**  
 9,30h. – Mourão (Misericórdia)  
 11,30h. – Mourão (Matriz)  
 16,30h. – Granja  
 18,00h. – Luz (Coração de Jesus)

**Dia 2 – Domingo**  
 9,00h. – Mourão (Misericórdia)  
 11,00h. – Mourão (Matriz)  
 16,30h. – Granja  
 18,00h. – Luz (Coração de Jesus)

O Mouranense

deseja a todos os seus colaboradores,  
assinantes, anunciantes e amigos

Boas Festas de Natal  
e um Próspero Ano Novo

Figura 17. Primeira página do jornal  
Al'mogron na edição de outubro de 1996.  
Fonte: Investigadora, 2022.

N.º 55  
OUTUBRO  
05  
1996

**Jornal**  
**Al'mogron**

REGIONAL

PREÇO 130\$00 (IVA incluída)

NOTÍCIAS \* DESPORTO \* OPINIÃO \* CULTURA \* PASSATEMPOS \* DIVULGAÇÃO

DIRECTOR: LUIS RODRIGUES  
DIRECTOR ADJUNTO: CECILIO MENDONÇA

SEDE:  
RUA DE S. BENTO, 24 - MOURÃO

REDAÇÃO:  
Rua Marcos Gomes Vasc. Rosado, 15-1º - MOURÃO

PORTO  
PAGO

TAXA PAGA  
7240 MOURÃO

MENSAL

## Temos uma biblioteca



No dia 2 de Outubro pelas 15 horas foi inaugurada a Biblioteca nº 189 da Fundação Calouste Gulbenkian, com sede na antiga Escola Primária nº 2, em Mourão.

Este tipo de bibliotecas muito utilizado em especial pelas Câmaras Municipais, resulta de um entendimento entre estas entidades e a Fundação Calouste Gulbenkian. Geralmente as Câmaras fornecem o espaço e mobiliário, fornecendo a Fundação os livros, comprometendo-se a actualizá-los, substituir os estragados e inspeccionar se a organização está de acordo com o que deve ser uma biblioteca.

Vamos à inauguração. Por parte da Fundação esteve presente o Dr. Vasco Graça Moura; da Câmara Municipal esteve o Presidente, Santinha Lopes e os Vereadores. Estavam ainda presentes os Presidentes da Junta de Freguesia, um representante do Governo Civil, entre outras entidades convidadas para o efeito, para além dos professores que leccionam no concelho de Mourão.

Antes do descerramento da placa, discursou em primeiro lugar o Presidente da Câmara Municipal de Mourão, Santinha Lopes que considerou esta biblioteca como um instrumento importante para a cultura Mouranense. Congratulou-se com o facto de esta obra ter sido conseguida no decorrer da sua presidência, deixando o apelo aos mouranenses para que façam uso dela.

Vasco Graça Moura, representante da Fundação Calouste Gulbenkian lembrou que esta inauguração se deve a uma pessoa, David Mourão Ferreira, acrescentando que "este foi um dos últimos compromissos que ele assumiu, e a Fundação prezava-se de honrar os compromissos assumidos pelos seus representantes."

*Continua na pág. 7*

## ADS - Associação de Defesa Sanitária de Mourão e Reguengos

No dia 28 de Setembro, realizou-se uma Assembleia Geral de Sócios da "ADS", onde foram eleitos os novos corpos gerentes desta Associação.

Como sabemos que a grande maioria dos mouranenses desconhece a existência de tal instituição, e a sua forma e âmbito de actuação, pedimos algumas informações ao actual Presidente da Direcção, Francisco José Godinho, esperando desta forma, contribuir para o esclarecimento de alguns cidadãos mouranenses, e não só, que se interessam pelos acontecimentos, que por vezes, mais ou menos graves, lhes passam ao lado, sem serem apercebidos...

*Continua na pág. 4*

## EDIA constitui Equipa de Acompanhamento no Processo de Reinstalação da Nova Aldeia da Luz

Com o objectivo de reunir um concelho alargado, o projecto da nova aldeia da Luz irá ser discutido com os habitantes, em vários momentos do seu processo e a vários níveis.

Nesse sentido, a EDIA constitui uma equipa própria para acompanhar e promover as acções necessárias nos vários aspectos do projecto que desenvolverá o seu trabalho durante os próximos 5 anos na aldeia apoiando os habitantes no processo de reinstalação da nova aldeia da Luz.

Ao longo da elaboração dos diversos estudos, realizar-se-ão reuniões com representantes autárquicos, com a comissão de moradores da Luz, com agricultores e comerciantes, para com todos encontrar as melhores soluções para a nova aldeia. Situações que deverão guardar a memória da actual, mas também abrir as portas ao futuro.

Depois de adjudicada a elaboração do plano de ordenamento e dos projectos de execução das infra-estruturas e das habitações da nova aldeia da Luz, a equipa projectista classificada em primeiro lugar no concurso público internacional apresentado, no final deste mês de Outubro, através de uma maquete e desenhos, a localização da nova aldeia pondá consideração dos moradores a distribuição das ruas e a localização dos equipamentos urbanos.

Numa fase posterior, será apresentada uma proposta de realojamento das casas e outras construções existentes, sendo discutida com cada morador e respectivas famílias e a sua situação concreta.

## Câmaras de Reguengos de Monsaraz e Mourão Promovem Projectos de Luta Contra a Pobreza

As Câmaras Municipais de Reguengos e Mourão viram aprovados pelo Senhor Ministro da Solidariedade e Segurança Social, projectos comunitários de Luta Contra a Pobreza, para os quais vão ter o apoio do Comissário do Sul da Luta Contra a Pobreza, nos próximos quatro anos.

Antes de iniciarem formalmente contactos com os demais parceiros do projecto os Presidentes dessas Autarquias reuniram-se no dia 21 de Outubro, no Governo Civil, com o Governador Civil de Évora e com a Directora do Serviço Sub-Regional de Évora da Segurança Social, com quem trocaram ideias sobre a melhor forma de concretizar os objectivos enunciados na candidatura que agora viram aprovada.

Nessa reunião, o Dr. Henrique Troncho realçou o facto de pela primeira vez no Distrito, duas Câmaras Municipais terem apresentado candidaturas no âmbito dos projectos de Luta Contra a Pobreza, congratulou-se com a sua aprovação e fez votos para que os Serviços Descentralizados da Administração Pública conjuntamente com as Autarquias de Reguengos de Monsaraz e Mourão e a sociedade civil local consigam dar as mãos e rentabilizar os meios técnicos e financeiros de que irão dispor neste projecto em prol dos mais desfavorecidos.

## Portucel fica em Mourão

Garantiu o Ministro João Cravinho ao Presidente da CM de Mourão

O Presidente da Câmara Municipal de Mourão confidenciou a este jornal e também a alguns trabalhadores da Portucel Recicla, que o Ministro do Planeamento e Administração do Território, João Cravinho, lhe tinha anunciado que a nova fábrica de papel reciclado iria ser instalada no Concelho de Mourão, em virtude da actual unidade fabril da Portucel ser submersa pelas águas da Barragem de Alqueva. Decisão que vai de encontro à vontade dos trabalhadores e autarcas.

Este encontro deu-se no dia 31 de Outubro no Ministério tutelado pelo Ministro João Cravinho, quando vários Presidentes de Câmaras III se deslocaram para assinar um protocolo que visa a informatização desses municípios.

Santinha Lopes adiantou que a actual fábrica irá laborar até 1998.

Resta-nos aguardar por mais notícias sobre este assunto, em virtude de estar agendada para breve uma reunião do Ministro com a Comissão de Trabalhadores da Portucel Recicla.

Voltaremos a este tema com maior destaque para o próximo número deste jornal.

e permitia reduzir o custo para os leitores. Em relação à sua tiragem, permanecia entre as 700 e 1000 edições por mês, mas, em épocas festivas, como o Natal ou a festa de Nossa Senhora das Candeias, poderia chegar até aos 1500 exemplares (Apêndice C).

A Vice-presidente da CMM (Apêndice A) defende a importância do jornal *O Mouranense* para a população migrante nos seus anos de atividade, época em que as redes sociais e as plataformas online ainda não faziam parte do quotidiano da sociedade, referindo que “(...) o jornal era naquela altura o Facebook de hoje (...)”. Bem como João Cosme refere, o jornal *O Mouranense* manteve a “(...) interligação identitária entre as pessoas e a vila.” (Apêndice C).

Cecílio Mendonça, colaborador e diretor adjunto do jornal *Al’mogron* e, posteriormente, colaborador do jornal *O Mouranense*, refere que a principal missão do jornal *Al’mogron* era a isenção, “(...) transmitir liberdade de escolha do leitor e não ouvir só um lado (...)”. Contudo, refere que para os leitores dos jornais do concelho era o conteúdo do jornal *O Mouranense* que ficava vinculado, também devido à sua longa vida. O *Mouranense* seguia valores de índole religiosa, pelo que não conseguia ter uma visão neutra em determinados assuntos, sendo, por isso, a isenção a principal missão do seu concorrente, o jornal *Al’mogron* (Apêndice B). Para João Cosme, colaborador e responsável pela rubrica da história de Mourão – “Acheegas para a História de Mourão” –, o jornal *Al’mogron* (Figura 17) nasceu de uma conjuntura política na qual um grupo de jovens pretendeu afirmar a sua posição (Apêndice C).

Contudo, ambos os colaboradores dos jornais do concelho entrevistados, referiram que estas duas publicações não eram verdadeiramente concorrentes, devido às perspetivas distintas que assumiam acerca dos temas que abordavam (Apêndice B). Ainda assim, consideram-se concorrentes devido ao diminuto mercado de publicações jornalísticas do concelho e ao facto de o público-alvo ser comum a ambos.

O jornal *Al'mogron* iniciou o seu percurso no dia 1 de janeiro de 1992. Tal como o jornal *O Mouranense*, não existe um espólio completo de todas as edições, pelo que não é possível definir com exatidão a data do seu encerramento. Contudo, através da entrevista com Cecílio Mendonça e com as edições disponíveis na Biblioteca Municipal de Mourão, calcula-se que terá encerrado em dezembro de 1997, tendo tido na sua totalidade 6 anos de atividade. O seu encerramento teve como principal razão a diminuição de colaboradores, uma vez que trabalhavam *pro bono*, tal como acontecia no jornal *O Mouranense* (Apêndice B e C).

Devido à época em que o jornal se encontrou ativo, grande parte das suas notícias focaram-se na construção da barragem do Alqueva e, conseqüentemente, a mudança da aldeia da Luz. Ainda assim, era um jornal que apresentava uma grande diversidade de conteúdos, como a rubrica “Figuras da Terra”, com o propósito de homenagear pessoas influentes do concelho, a rubrica “Troca de Truques”, apresentando truques para a confeção de receitas, principalmente, de pratos alentejanos, “Notícias Camarárias”, informações que a CMM pretendia difundir, “Movimento Demográfico”, com informações sobre os nascimentos, falecimentos e matrimónios, e apresentava ainda uma agenda dos eventos do concelho no início de cada ano. Outros conteúdos mencionados na entrevista ao diretor-adjunto do jornal, focam-se principalmente no jornalismo de investigação, como o levantamento de montes, terrenos e explorações agrícolas, através de entrevistas com os proprietários; “As ruas da nossa história”, sobre a origem do nome das ruas e que relações existiam entre esses nomes e o concelho (Apêndice B). O jornal definia o seu público-alvo como geral, referindo uma secção destinada aos jovens (Apêndice B).

Também era um jornal com periodicidade mensal e tinha o custo de 130 escudos por edição (cerca de 0,65€, através da conversão direta da moeda). Era disponibilizado por subscrição, existindo um total

de 2000, no máximo 3000, subscrições, referiu o entrevistado Cecílio Mendonça (Apêndice B). A edição era disponibilizada em pontos de venda do concelho, como na papelaria que existia na época e na Junta de Freguesia da Granja e da Luz (Apêndice B). Tal como o jornal *O Mouranense*, usufruía de porte pago. Em relação à tiragem, oscilava entre as 850 e as 1000 cópias.

Um dos pontos altos no percurso do jornal *Al'mogron* foi a organização de um encontro da imprensa internacional em Mourão, que possibilitou a dinamização do concelho com a vinda de visitantes de todos os cantos do mundo (Apêndice B).

Segundo os arquivos da Biblioteca Municipal de Mourão, outra das publicações que o concelho de Mourão teve foi o *Boletim Municipal* (Figura 18) de distribuição gratuita. Não se sabe exatamente quando apresentou a sua primeira edição, devido às poucas edições existentes, sendo por isso difícil de determinar quantos anos esteve ativo e a sua periodicidade. Este boletim apresentava as últimas alterações realizadas pela CMM no concelho, os temas discutidos em assembleia, entre outros, e tinha uma identidade visual muito semelhante ao jornal *O Mouranense*. Recentemente, a CMM avançou com a republicação deste boletim (Figura 19), com uma periodicidade trimestral, de distribuição gratuita, e com uma tiragem de 800 exemplares. O seu conteúdo apresentava-se dividido por secções, tais como: obras, outros, desporto e juventude, educação, social e cultura.

Todas estas publicações, apesar das suas diferenças, tiveram uma presença muito forte na evolução da população, destacando-se o jornal *O Mouranense* pelo longo tempo de atividade, passando de geração em geração. Apesar da principal função das quatro publicações ser a de informar, estas conseguiram igualmente interligar a população residente e migrante aos costumes e tradições da vila.

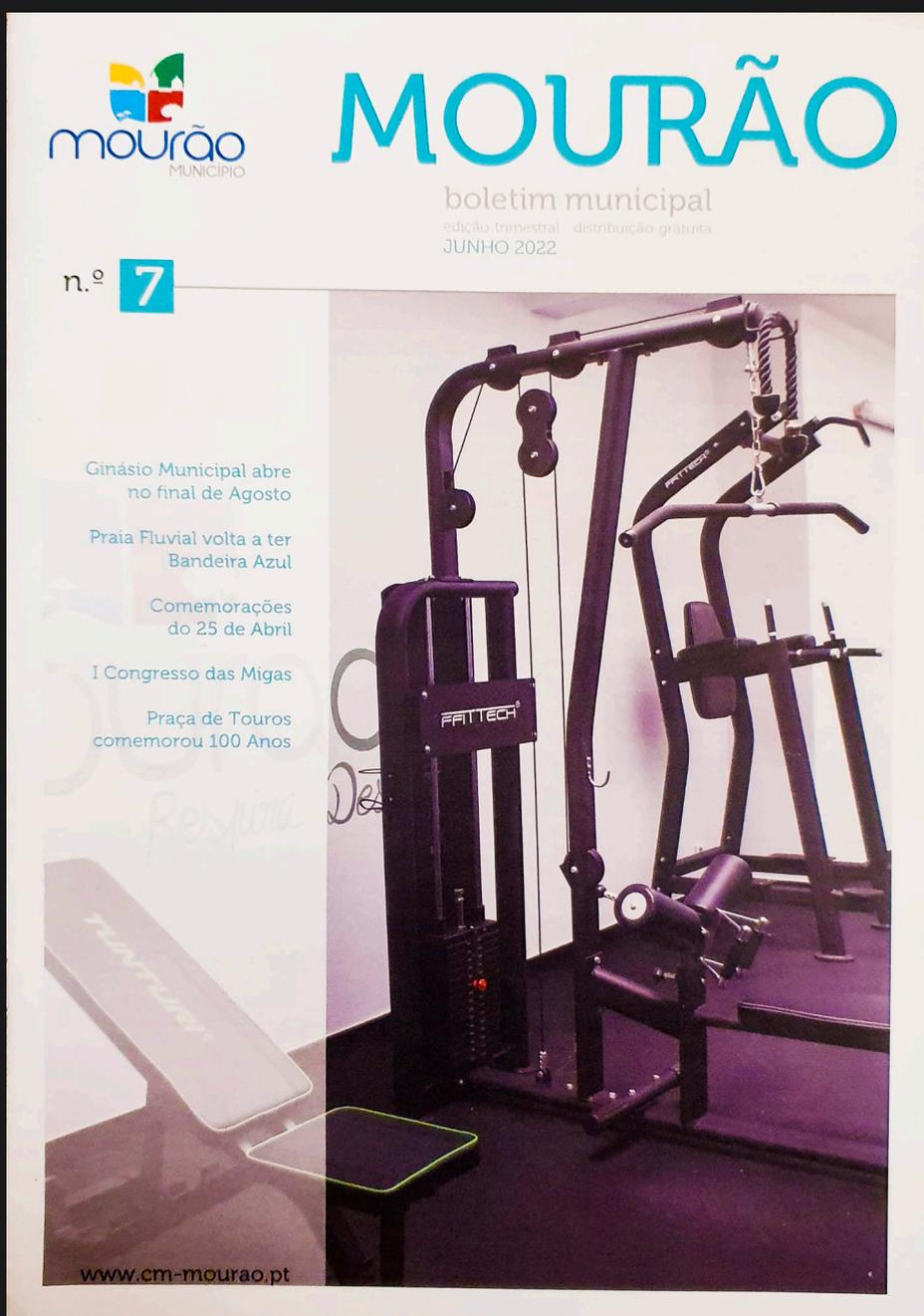
Figura 18. Primeira página do antigo

Boletim Municipal. Fonte: Investigadora, 2022.



Figura 19. Primeira página do novo

Boletim Municipal. Fonte: Investigadora, 2022.





## SÍNTESE CONCLUSIVA

Com este capítulo, compreende-se que as dinâmicas migratórias do país, da região do Alentejo e do concelho de Mourão, em particular, são na sua grande maioria causadas pela falta de emprego e de infraestruturas, o que que conduz à concentração das populações nos centros urbanos, principalmente, nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. Estas discrepâncias entre as regiões rurais e urbanas, interiores e litorais têm repercussões nos hábitos, costumes e tradições dessas regiões, tal como acontece no concelho de Mourão.

Com o segundo tópico deste capítulo, concluiu-se que, apesar do declínio ininterrupto da população residente na vila de Mourão, tanto esta como a população migrante permanecem muito presentes e ativas na continuação das suas tradições e mantêm o orgulho da sua identidade. A contextualização dos objetos de informação, mais concretamente jornais, que fizeram e fazem parte do concelho de Mourão, contribuiu para que a investigadora estabelecesse bases sólidas para a criação do conceito do projeto prático desta investigação.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

- A antiga Aldeia da Luz. — MONUMENTOS DESAPARECIDOS, 16 out. 2009. [Consult. 10 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://monumentosdesaparecidos.blogspot.com/2009/10/antiga-aldeia-da-luz.html>.
- ANDRADE, Vitor — **Afinal, o Alqueva valeu a pena** [Em linha], atual. 25 abr. 2017. [Consult. 29 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/economia/2017-04-25-Afinal-Alqueva-valeu-a-pena>.
- CAPELAS, Francisco — Achegas para a história Mouranense «Celuloses do Guadiana» Mourão e seus (Des)encantos, 24 abr. 2021. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://mouraoeseusdesencantos.blogspot.com/2021/04/achegas-para-historia-mouranense.html>.
- CAPUCHO, Maria José — Mourão, o Concelho emblemático “do Alqueva”. Em Cabo Verde: UNIPLAGET, 6 jul. 2009
- DIAS, Carlos — **Dez anos depois, a Aldeia da Luz «parece uma terra-fantasma»** [Em linha], atual. 18 nov. 2012. [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/18/local/noticia/dez-anos-depois-a-aldeia-da-luz-parece-uma-terrafantasma-1572961>.
- ESPANCA, Túlio — Concelhos de Alandroal, Borba, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Viana do Alentejo e Vila Viçosa. Em **Inventário Artístico de Portugal: Distrito de Évora IX**. Lisboa : Academia Nacional de Belas-Artes, 1978 v. I.
- Freguesia de Granja — Junta de Freguesia de Granja, [s.d.]. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://jfgranja.pt/>.
- Gastronomia** — [Em linha] [Consult. 29 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://arquivo.cm-mourao.pt/pt/conteudos/o+concelho/gastronomia/?redirectUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/Portal.Municipios/SSO/Auth.aspx&originalUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/pt/conteudos/o+concelho/gastronomia/default.htm&logoffUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/Portal.Municipios/SSO/AuthLogoff.aspx>.
- GUERREIRO, Chantre Alcântara — **Mourão nos séculos XIII a XVI (Elementos para a sua História)**. Évora : Separata do Boletim «Junta Distrital de Évora», 1964
- GUERREIRO, Jerónimo De A. — Palavras de Abertura. **O Mouranense**. (2 fev. 1967). 1.
- INE — CENSOS 2021 – Divulgação dos Resultados Provisórios, 16 dez. 2021.
- INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica** [Em linha], atual. 19 jul. 2022. [Consult. 26 out. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0009877&contexto=bd&selTab=tab2>.
- INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual** [Em linha], atual. 25 jul. 2022. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/

xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0007462&contexto=bd&selTab=tab2>.

PATROCÍNIO, Manuel F. S. — Vila de Mourão: O desenvolvimento histórico urbano e os seus programas edificados religiosos. Em **Arte Sacra no Concelho de Mourão: Inventário Artístico da Arquidiocese de Évora**. Évora : Fundação Eugénio de Almeida, 2014. ISBN 978-972-8854-72-0. p. 6-11.

PORDATA — **População residente por migrações segundo os Censos** [Em linha], atual. 26 jun. 2015. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+por+migra%C3%A7%C3%B5es+segundo+os+Censos-48-2623>.

PORDATA — **População residente segundo os Censos: total e por sexo** [Em linha], atual. 16 dez. 2021. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+segundo+os+Censos+total+e+por+sexo-17>.

PORDATA — **Contributo dos saldos natural e migratório para a variação populacional anual (%)** [Em linha], atual. 23 jun. 2022. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Contributo+dos+saldos+natural+e+migrat%C3%B3rio+para+a+varia%C3%A7%C3%A3o+populacional+anual+(percentagem)-762-6123>.

PORDATA — **Densidade populacional** [Em linha], atual. 22 ago. 2022. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Densidade+populacional-452>.

PORDATA — **Conheça o seu Município** [Em linha] [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios>.

QUINTINO, Ana Sofia Santos — **Efeitos demográficos e económicos das migrações em Portugal: o caso da Segurança Social**. Lisboa: Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2018 Tese de mestrado.

RAMOS, Maria Da Conceição Pereira — Migrações, Desenvolvimento e Dinâmicas Locais e Regionais. Em **Grandes Problemáticas do Espaço Europeu: Políticas de Ordenamento e Recomposições Territoriais nas Periferias Europeias**. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2012. ISBN 978-989-8648-00-6. p. 63-102.

REPÚBLICA PORTUGUESA — Programa Nacional Para a Coesão Territorial, 1 out. 2017. Disponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

REPÚBLICA PORTUGUESA — Programa Nacional Para a Coesão Territorial: Implementação, acompanhamento e monitorização, 1 out. 2017. Disponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

RODRIGUES, Teresa Teresa;  
FERREIRA, Susana De Sousa —  
Portugal e a globalização das  
migrações. Desafios de segurança.  
**População e Sociedade**. 22:2014)  
137-155.

ROSADO, Moisés Cayetano —  
**Diáspora. Pobreza, Emigración  
y Desarrollo** [Em linha], atual. 1 abr.  
2015. [Consult. 24 ago. 2022].  
Disponível em WWW:<URL:h-  
ttps://aviagemdosargonautas.  
net/2015/04/01/diaspora-pobreza-e-  
migracion-y-desarrollo-por-moisés-  
cayetano-rosado-2/>.

Seguindo a Praxe —  
**O Mouranense**. (4 mar. 1895).

SILVA, João — **Alqueva fez uma  
aldeia feliz e outra infeliz** [Em  
linha], atual. 11 jul. 2020.  
[Consult. 2 mai. 2022]. Disponível  
em WWW:<URL:https://www.  
dn.pt/edicao-do-dia/11-jul-2020/al-  
queva-fez-uma-aldeia-feliz-e-outra-  
-infeliz-12407555.html>.

SILVA, Luís — Turismo e atratividade  
em Monsaraz: os efeitos da  
barragem de Alqueva. **Etnográfica**.  
**Revista do Centro em Rede de  
Investigação em Antropologia**. .  
ISSN 0873-6561. 25:1 (2021) 23-45.

SNAZZY MAPS — **Free Styles  
for Google Maps** [Em linha]  
[Consult. 3 jan. 2023]. Disponível em  
WWW:<URL:http://snazzymaps.com>.



Capítulo 2

# A IMPRENSA — CONTEXTO E CARACTERIZAÇÃO



## NOTA INTRODUTÓRIA

O presente capítulo introduz o tema da imprensa e a sua evolução histórica, desde as atas diurnas às *homepages* de *websites*. Procura fazer uma contextualização da comercialização da imprensa em Portugal, demonstrando, através da análise de dados estatísticos e de estudos científicos, os avanços e recuos da imprensa escrita, bem como a influência que os meios de comunicação digitais têm sobre o sector. São especificadas problemáticas, vantagens e desvantagens e as necessidades dos meios de comunicação na imprensa escrita, particularmente na imprensa regional, e é abordada a importância da imprensa nas regiões do interior, procurando perceber que impacto tem sobre a comunidade residente e migrante.

## 1.

## A IMPRENSA E A SUA EVOLUÇÃO HISTÓRICA

O Homem sempre sentiu a necessidade de comunicar desde os primórdios da sua existência, onde formas abstratas desenhadas e esculpidas na pedra foram a origem da escrita, evoluindo de uma linguagem pictográfica para a escrita silábica (Guerreiro, 2018, p. 45).

Existem relatos de que a origem do conceito do jornal se deu na Roma Antiga, no ano 59 a.C., a mandado do imperador Júlio César, através da colocação em exposição das Atas Diurnas – um conjunto de placas de pedra esculpidas com o que era abordado no Senado Romano – evoluindo, posteriormente, para a comunicação de acontecimentos sociais e políticos de elevada importância, relacionados com a família real, julgamentos, combates, entre outros (Guerreiro, 2018, p. 48; Santos, 2010, p. 18; Sousa, 2001, p. 18). No entanto, o grande ponto de viragem para a evolução da imprensa deu-se no século XV, quando Johannes Gutenberg revolucionou o processo de impressão com a invenção da prensa por caracteres móveis (Sousa, 2001, p. 19), permitindo maior rapidez, menor custo e melhor qualidade (Guerreiro, 2018, p. 49). Deste modo, sempre existiu uma maneira de disseminar as ocorrências mais importantes, que, até à data, eram caligráfica e cuidadosamente produzidas, como o suposto primeiro jornal em papel – um panfleto manuscrito na china no século I (Guerreiro, 2018, p. 19). Com este avanço nos processos de produção de objetos impressos, “A instalação de tipografias um pouco por toda a Europa permitiu a explosão da produção de folhas volantes, de relações de acontecimentos e de gazetas, que, publicadas com carácter periódico, se podem considerar os antepassados directos dos jornais actuais (...)” (Sousa, 2001, p. 19). É o caso dos prospetos, um género de panfleto impresso apenas de um lado com o objetivo de informar e que existiu até meados do século XIX (Meggs e Purvis, 2009, pp. 105 e 118). Estes apresentavam geralmente uma só notícia em apenas uma folha, mas dependendo do seu conteúdo, poderiam apresentar-se com mais do que uma folha, agrafadas entre si, e com mais do que uma notícia (Tengarrinha, 1989, p. 29 *apud* Sousa, 2008, p. 58).

O crescimento exponencial da imprensa levou a que muitos dos jornais passassem a ter controlo do governo relativamente às informações divulgadas. Apenas era possível produzir e publicar publicações periódicas que tivessem licenciamento (Sousa, 2001, p. 19, 2008, p. 74).

Em 1641, surgiu o primeiro jornal periódico em Portugal com o nome *Gazeta em Que se Relatam as Novas Todas, Que Ouve Nesta Corte, e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641*, conhecido por *Gazeta* ou *Gazeta da Restauração*, denominação alusiva à época da restauração da independência. Este teve um percurso irregular até ao seu término, em 1947 (Infopédia, [s.d.]; Sousa, 2001, p. 20), devido ao baixo número de leitores que faziam parte de uma elite com posses monetárias e com instrução, ao contrário da maioria da população portuguesa (Sousa, 2008, pp. 81 e 82).

Em 1809, iniciou-se o percurso do primeiro jornal diário em Portugal, denominado *Gazeta de Lisboa* (Sousa, 2001, p. 20).

Em 1810, época marcada pela revolução industrial, deu-se a industrialização da imprensa. Friedrich Koenig, alemão, acoplou uma máquina a vapor a uma prensa, permitindo passar de 250 páginas impressas por hora (com a prensa manual de Gutenberg) para cerca de 1000 páginas impressas por hora. Ou seja, a produção dos jornais tornou-se mais rápida e com um custo mais baixo (Sousa, 2001, p. 20; Guerreiro, 2018, p. 161). Esta industrialização aumentou significativamente o número de publicações periódicas e facilitou a periodicidade diária, o que em conjunto com os movimentos liberais da época, permitiu que passasse a existir maior liberdade na imprensa (Sousa, 2001, p. 20).

Anos depois, em 1844, surgiu a invenção do telégrafo, o que permitiu aos jornalistas ter acesso com maior rapidez a informações para conteúdos de jornais.

Até ao final do século XIX, a maioria dos textos eram de carácter opinativo e ideológico mas, nesta altura, emergiram novos géneros de texto jornalístico, como a entrevista, a reportagem e a crónica, e também se renovaram os temas abordados, passando a existir textos criminológicos, sexuais e violentos, com uma linguagem simples e compreensível para um público-alvo comum, tendo sido o jornal *The New York Sun*, produzido por Benjamim Day, o primeiro com esta abordagem (Sousa, 2001, pp. 22–25). Lado a lado com a imprensa popular, evolui a imprensa de referência, um género jornalístico que preza “(..) rigor, exactidão, sobriedade gráfica e de conteúdos, análise e opinião, independência e culto da objectividade (até aos anos setenta) (...)” (Sousa, 2001, p. 26). Em Portugal, o *Diário de Notícias* é o jornal que marca o início deste género jornalístico, nos anos 60 do século XIX (Sousa, 2001, pp. 21 e 26).

No século XX – um século com uma conjuntura social negra, sobrecarregado por duas guerras mundiais, pela incerteza e volatilidade de regimes políticos – existiu uma evolução exponencial das tecnologias, com o aparecimento da rádio e da televisão (Sousa, 2008, pp. 173 e 174) e, posteriormente, da *internet*. Estabeleceram-se as principais ameaças ao desaparecimento do jornal, pois com estes novos meios de comunicação digital era possível ter acesso à informação por diversas pessoas em inúmeros locais (Santos, 2010, pp. 19 e 20). Contudo, os jornais permaneceram e evoluíram conjuntamente com estes novos formatos de disseminação de informação. Cada meio tem as suas vantagens: a rádio tem a vantagem de ser ouvida simultaneamente na execução de tarefas, a televisão tem a vantagem da imagem e da diversidade de conteúdo que apresenta, a *internet* tem a vantagem da interatividade e da rápida acessibilidade (Guerreiro, 2018, pp. 218 e 219).

O jornal, um dos meios de comunicação mais antigos, tem como propósito apresentar acontecimentos da atualidade e de interesse geral, permitindo à sociedade estar informada e conectada com o mundo que a rodeia. Este meio de comunicação provocou uma crescente evolução na sociedade, revelando outras realidades e incitando o espírito crítico: “(...) o jornalismo é um serviço público e é essencial o seu papel no escrutínio, na reportagem, na validação dos factos, no confronto de opiniões, no fomento dos debates, no hábito saudável de ser contrapoder, na investigação, na formação de pensamento (...)” (Reis, 2017). É importante observar as alterações nos hábitos e rotinas de leitura e os novos meios de comunicação adjacentes ao jornal.

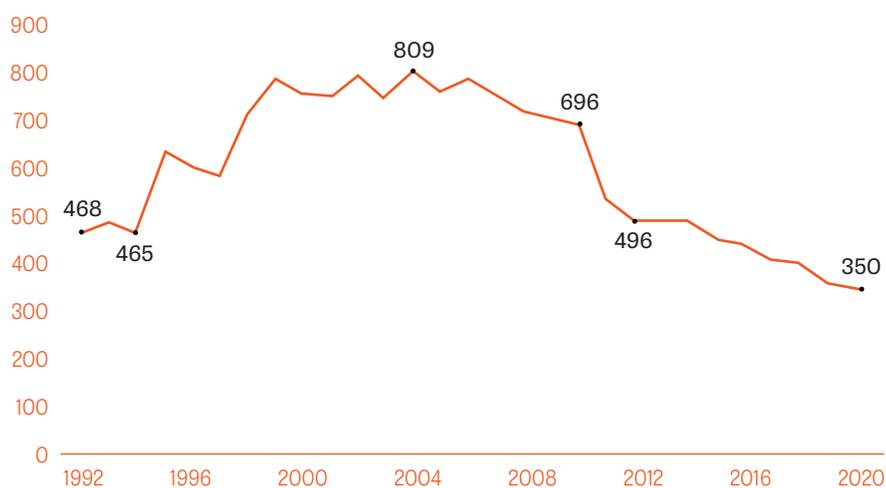
## 2.

# PANORAMA ATUAL DA COMERCIALIZAÇÃO DA IMPRENSA PORTUGUESA

O jornal impresso, um dos mais antigos meios de comunicação da nossa sociedade, tem vindo a sofrer uma queda na sua popularidade e um dos grandes motivos que determinou este declínio foi a entrada de novos meios de comunicação *online* (plataformas e redes sociais) e a permanente batalha com os meios de comunicação eletrónicos tradicionais (rádio e televisão) que prezam o imediatismo da informação. A falta de interesse na leitura de qualquer suporte impresso é cada vez mais alarmante, como é possível observar num inquérito realizado pela Fundação Calouste Gulbenkian que revela que 61% dos inquiridos portugueses não leram qualquer livro no ano de 2019, mas, por outro lado, 90% assiste televisão no seu quotidiano (Fundação Calouste Gulbenkian, 2022). Segundo a ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social), num relatório realizado em 2014, ainda existe uma maioria de leitores com interesse nos meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio e jornais), contudo, os jornais impressos permanecem como a segunda fonte de informação noticiosa mais importante, logo após os programas televisivos de notícias ou boletins noticiosos (ERC, 2014, pp. 7, 28).

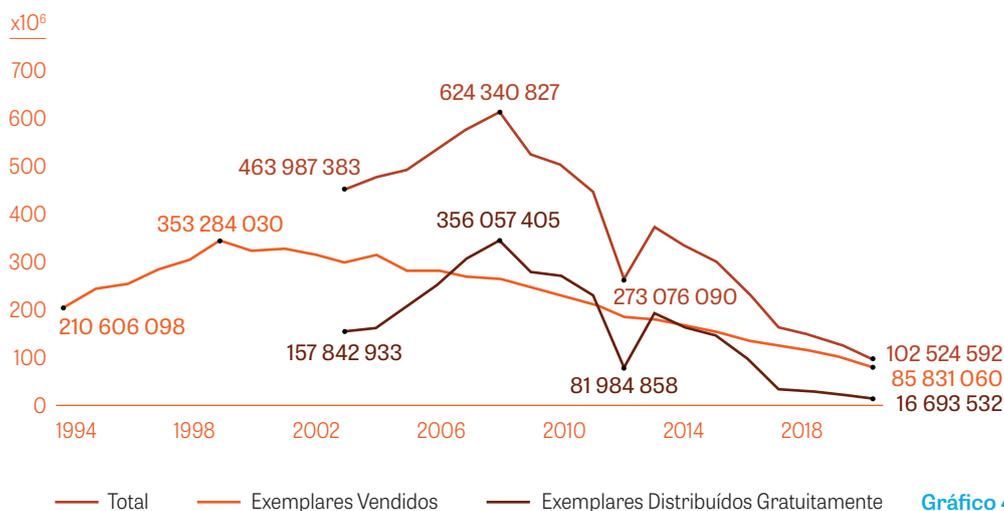
Com a entrada de Portugal na CEE (Comunidade Económica Europeia), gerou-se uma época de crescimento económico e tecnológico e a melhoria das condições de vida, tal como dos hábitos e costumes, levando a uma evolução positiva na indústria dos jornais, especificamente, no aumento do número de jornais e do volume de vendas entre 1992 e 2004 (Gráfico 3 e 4). O ano de 2004 assistiu ao número total de jornais mais elevado, desde 1992, com cerca de 803 jornais, em contraste com o ano de 2020, com menos de metade desse valor – 350 jornais no total, o valor mais baixo desde 1992 (Gráfico 3). A diminuição da quantidade de jornais no mercado, reflete-se igualmente na sua circulação, com o pico de vendas no ano de 1999, com cerca de 400 milhões de jornais e o pico de distribuição de jornais gratuitos em 2008 com o mesmo valor (Gráfico 4). Em 2020, estes números são assustadoramente diferentes, com cerca de 86 milhões de exemplares vendidos e cerca de 17 milhões de exemplares distribuídos gratuitamente (Gráfico 4).

Estes dados relativamente à comercialização do jornal impresso revelam que esta indústria está em decréscimo, indicando que na mesma linha está o número de leitores e, conseqüentemente, por ausência destes, o número de investimentos publicitários, que são uma das fontes principais de rendimentos das publicações noticiosas, diminuí.



**Gráfico 3.** Total anual de jornais em Portugal entre 1992 e 2020.

Fonte: Adaptado de INE, 2021 e PORDATA, 2022.

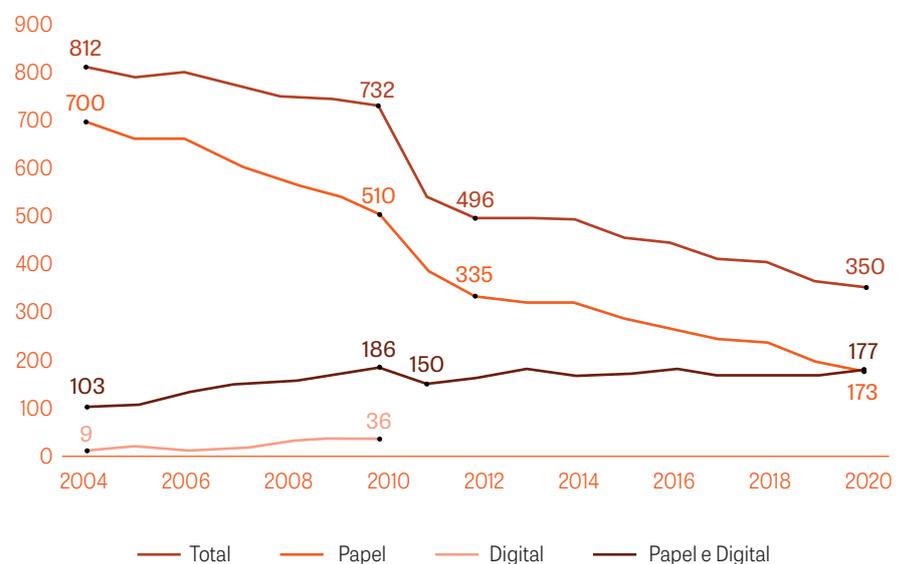


**Gráfico 4.** Total anual de circulação de jornais, de exemplares vendidos e de exemplares distribuídos gratuitamente em Portugal entre 1994 e 2020.

Fonte: Adaptado de PORDATA, 2022.

Estes direcionaram-se para a televisão, com um crescimento de cerca 60% dos investimentos entre 2001 e 2003, ao contrário dos jornais com uma descida de cerca 20% (Faustino, 2004, p. 9). Em 2017, esta realidade manteve-se. A televisão continuou a ser o meio de comunicação com o maior mercado publicitário e, segundo dados da Markttest (OBERCOM, 2019, pp. 11 e 12), a imprensa teve um decréscimo no seu investimento entre 2008 – com 835 milhões de euros – e 2017 – com 542 milhões de euros. A *internet*, pelo contrário, teve uma evolução drástica entre 2012 e 2017, passando de valores diminutos de investimento publicitário para 746 milhões de euros, ultrapassando com grande margem a imprensa tradicional eletrónica.

Com estas problemáticas do decréscimo da venda e circulação de publicações impressas – de 700 jornais em 2004 para 173 em 2020 – e a transferência dos investimentos publicitários para os meios de comunicação eletrónicos e digitais, a saúde económica das publicações impressas fica fragilizada, originando uma adaptação dos jornais e levando-os a produzir meios complementares para acompanhar a demanda das audiências, sendo perceptível este desenvolvimento desde 2004, com a aposta em jornais totalmente digitais e em jornais híbridos, com suporte físico e digital (Gráfico 5).



**Gráfico 5.** Número anual de jornais por suporte de difusão em Portugal entre 2004 e 2020.

Fonte: Adaptado de PORDATA, 2021.

Ainda sobre os meios de comunicação *online*, um inquérito realizado em 2014 pela ERC revela que 66% dos inquiridos afirma utilizar as redes sociais como o principal meio de aceder a informações noticiosas, tendo estas tido um papel determinante na difusão da imprensa nacional. Contudo, os jornais televisivos são considerados a fonte mais importante, colocando os jornais impressos e os jornais *online* em segundo lugar (ERC, 2014, p. 8). Numa análise aprofundada às regiões de Portugal, o decréscimo na existência e circulação de periódicos é dominante, destacando as regiões do Algarve, do Alentejo e dos arquipélagos com o número total de jornais mais baixo da última década. Contudo, é na região Centro que houve a maior queda (Tabela 2). Relativamente à circulação de jornais, as regiões previamente mencionadas apresentam o índice mais baixo de circulação e também a Área Metropolitana de Lisboa que assistiu a uma descida de 80%, a queda mais acentuada no total das regiões (Tabela 3). Alentejo, Algarve e Açores foram as regiões que mantiveram a venda de jornais mais estável, entre 2014 e 2020 (Tabela 4).

**Tabela 2.** Total anual de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020.  
Fonte: Adaptado de INE, 2021.

Regiões de Portugal	TOTAL DE JORNAIS						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PORTUGAL	493	458	443	411	403	394	350
NORTE	153	140	140	126	125	114	111
CENTRO	175	165	153	139	142	132	124
ÁREA METROPOLITANA DE LISBOA	89	83	85	78	75	64	60
ALGARVE	33	31	30	33	29	24	25
ALENTEJO	18	16	11	10	9	8	9
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	19	19	20	19	17	16	16
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	6	4	4	6	6	6	5

**Tabela 3.** Total anual de circulação de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020.

Fonte: Adaptado de INE, 2021.

CIRCULAÇÃO DE JORNAIS							
<i>Regiões de Portugal</i>	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PORTUGAL	339 579 722	308 041 106	241 328 548	167 225 119	152 042 889	131 241 302	102 524 592
NORTE	52 871 321	48 868 465	39 713 123	37 327 807	38 249 969	29 942 800	24 907 731
CENTRO	18 467 276	17 074 254	16 640 827	16 200 053	15 276 803	14 618 692	12 280 653
ÁREA METROPOLITANA DE LISBOA	248 890 548	224 430 513	171 026 757	99 813 539	85 704 180	75 035 432	54 205 685
ALGARVE	3 302 451	3 653 653	3 005 386	3 440 501	2 597 370	2 404 987	2 262 482
ALENTEJO	879 270	921 918	798 038	644 596	800 752	662 501	726 140
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	5 673 287	5 380 761	5 361 393	5 067 294	4 950 451	4 698 589	4 349 876
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	9 495 569	7 711 542	4 783 024	4 731 329	4 463 364	3 878 301	3 792 025

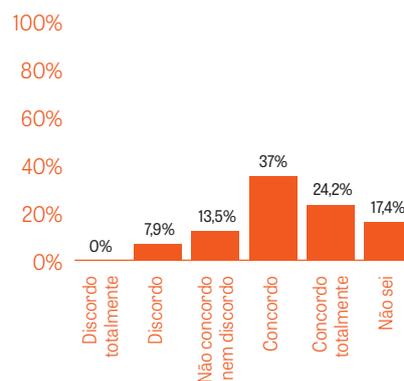
EXEMPLARES VENDIDOS DE JORNAIS							
<i>Regiões de Portugal</i>	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PORTUGAL	171 048 049	158 013 094	140 893 661	130 619 358	119 897 396	105 351 286	85 831 060
NORTE	45 947 502	42 773 805	34 075 156	32 024 866	32 346 448	25 213 297	22 007 437
CENTRO	13 593 440	12 538 023	12 611 594	11 886 677	11 688 210	11 056 654	9 970 120
ÁREA METROPOLITANA DE LISBOA	93 907 119	86 519 529	81 892 774	73 860 178	63 945 735	58 201 184	43 365 652
ALGARVE	2 914 158	3 291 447	2 669 589	3 083 012	2 329 493	2 110 142	2 023 752
ALENTEJO	591 252	502 620	359 790	322 029	415 218	493 505	491 910
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	5 119 591	4 929 224	4 867 911	4 852 984	4 804 836	4 573 622	4 221 689
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	8 974 987	7 458 446	4 416 847	4 589 612	4 367 456	3 702 882	3 750 500

**Tabela 4.** Total anual de exemplares vendidos de jornais nas regiões de Portugal entre 2014 e 2020. Fonte: Adaptado de INE, 2021.

O Alentejo – região que agrega o concelho de Mourão e, portanto, a área de atuação deste projeto – sofreu alterações moderadas nos valores de circulação e venda (apesar do baixo número de jornais), demonstrando que os leitores continuam fiéis e conectados com o objeto de estudo, o jornal (Gráfico 6).

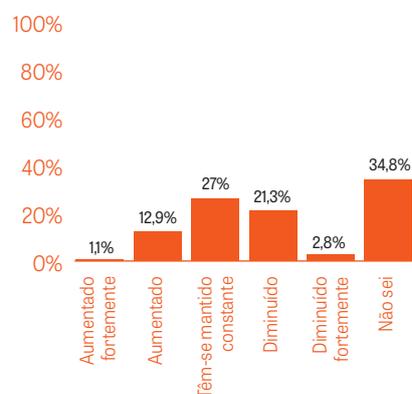
A reforçar esta ideia, está o estudo realizado pela OBERCOM Jornais regionais: a posição no mercado e interpretação de perfis de utilização, de 2017, onde 12,9% dos colaboradores de jornais, que responderam ao inquérito realizado pelo estudo, referem que têm observado um crescimento nas vendas e circulação de jornais regionais e 27% refere que se têm mantido constantes (Gráfico 7).

Concluindo, os jornais impressos têm vindo cada vez mais a decrescer nos índices de comercialização, acabando por seguir caminhos alternativos, como os meios digitais e online, com o objetivo de manter ativo o objeto impresso, tendo, por isso, perdido importância no mercado das publicações impressas. Ainda assim, nas regiões rurais observam-se menos oscilações nos índices de circulação e venda, revelando ser uma possibilidade para a sobrevivência da imprensa em suporte físico. É, por isso, relevante analisar a importância dos meios de comunicação digitais e da imprensa regional, de modo a compreender de que forma este projeto consegue atender às necessidades da população de Mourão.



**Gráfico 6.** Consideração dos colaboradores sobre as vendas e fidelidade do leitor de jornais regionais.

Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 19.



**Gráfico 7.** Consideração dos colaboradores sobre as vendas e circulação de jornais regionais. Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 18.

### 3.

## A IMPRENSA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAIS

Como é observado no anterior ponto do capítulo, os jornais impressos encontravam-se num declínio ininterrupto relativamente à quantidade de vendas e circulação (Gráfico 3 e 4), enquanto, paralelamente, o número total de jornais digitais estava em crescimento (Gráfico 5). Atualmente, a percepção do que é um jornal ultrapassou o suporte impresso. Um jornal é agora um meio de difusão de informação multiplataforma.

Entendem-se como meios de comunicação eletrónicos tradicionais a televisão e a rádio e por meios de comunicação digitais online os websites e as redes sociais, tendo este texto foco nestes dois últimos. Nesta vertente, existem três perspetivas distintas sobre a necessidade, a complementaridade ou a ameaça da evolução dos meios de comunicação digitais e eletrónicos e sobre que impacto tiveram sobre os jornais impressos. Para Nora (2011, p. 298), “o crescimento dos mercados de jornais populares e dos de distribuição gratuita, o fortalecimento da média comunitária e o desenvolvimento de novas formas de se buscar e trocar informações” também contribuíram para o declínio da comercialização de jornais impressos para além dos novos meios de comunicação.

A difusão de informações noticiosas na televisão e na rádio acontece num horário definido, ao contrário do jornal online ou impresso, onde a leitura pode ser realizada na ocasião desejada (Apêndice D) (Nora, 2011, p. 299). Outras vantagens do jornal online que podemos observar é a diversidade dos formatos audiovisuais, como o som e o vídeo, a interação em tempo real dos leitores com o conteúdo e a edição e atualização ao momento pelos jornalistas (Jerónimo, 2011, p. 475). O jornal digital apresenta vantagens em relação ao jornal impresso devido ao imediatismo, a informação encontra-se à distância de um clique (Saragih e Harahap, 2020, p. 546), e esta versatilidade permite o cruzamento de tarefas e, conseqüentemente, a economia do tempo. Segundo Taipale (2013, pp. 5 e 6), “o tempo que é agora utilizado na leitura nos meios digitais era anteriormente destinado à leitura de um jornal impresso. Outra das vantagens que Nora (2011, p. 299) refere é a filtragem e qualidade dos conteúdos na esfera do online, características que também se verificam

num jornal impresso. A filtragem num jornal impresso pode acontecer através da escolha de um jornal que aborde no seu geral determinadas temáticas, como jornais económicos ou desportivos, e/ou no interior do jornal através das secções e cadernos que diferenciam os temas dos conteúdos. No que diz respeito à qualidade dos conteúdos, esta pode existir ou não em ambos os suportes, impresso e digital, sendo importante saber identificar fontes de informação de referência.

Segundo um estudo realizado por Tuzzo (2014, p. 292), a leitura do jornal impresso é mantida por este constituir uma fonte fidedigna, ao contrário das redes sociais em que a informação por ser facilmente alterada se torna, por vezes, duvidosa. A perenidade do conteúdo do jornal impresso torna-se um comprovativo da informação. Como Tuck (2018, p. 206) refere: “As pessoas sabem intuitivamente que quando precisam de entender algo complexo ou importante, o papel domina – tinta no papel fala de compromisso e confiança.”<sup>1</sup>; e Ludovico (2012, p. 7) reforça: “o digital é construído para a velocidade, enquanto que o impresso garante estabilidade”<sup>2</sup>.

Neste estudo, é ainda referido o ato de tocar, de folhear e de cheirar o jornal como um dos fatores que contribui para a continuação do hábito de leitura do objeto impresso (Tuzzo, 2014, p. 292). Num outro estudo, Rathman (2002 *apud* Santos, 2016, p. 10) refere que, para os leitores assíduos do jornal em papel, o jornal digital é utilizado para complementar e detalhar os conteúdos do objeto impresso. O autor refere também que para outros leitores excecionais, existe sobreposição do digital ao impresso. Esta sobreposição pode também existir quando os meios digitais e os meios impressos desempenham a mesma função (Kraut et al., 1998, Lee and Leung, 2008, p. 146, Robinson et al., 2002, p. 247 *apud* Taipale, 2013, p. 7) e oferecem os conteúdos no digital enquanto no impresso é pago: “Este consumo em multiformato e policêntrico, fortemente sustentado nas lógicas de gratuitidade, veio interromper a tradicional hegemonia dos formatos tradicionais e das suas estruturas unidireccionais de disseminação e recepção

<sup>1</sup> TL: “People intuitively know that when they need to really understand something complex or important, paper rules – ink on paper speaks of commitment and belief”.

<sup>2</sup> TL: “(...) digital is built for speed, while print ensures stability (...)”.

<sup>3</sup>TL: “There is something uniquely tactile about reading on paper, which appeals to part of our human needs in a way digital media never can.”

<sup>4</sup>TL: “Discrediting of the press has nothing to do with the evolution of digital media, it is more related to political currents and how people approach journalism and journalists.”

de conteúdos noticiosos.” (Quintanilha, 2018, p. 139). Nesta linha de pensamento segue o designer Jorge Silva (Apêndice E), afirmando uma quebra de comercialização e leitura nos jornais impressos com o aparecimento dos meios de comunicação digitais, mas defendendo que não são uma ameaça: “(...) nós cada vez estamos mais informatizados, cada vez estamos mais capazes, cada vez mais aptos a consumir recursos de comunicação, portanto eles multiplicam-se e complementam, não se substituem.”.

Desta forma, existe um variado leque de opiniões sobre a importância do jornal impresso e de este se tornar um meio secundário. Por exemplo, Ludovico (2012, p. 29) menciona o objeto analógico utilizado como um arquivo físico do conteúdo digital. Mark Porter refere que “Há algo único na leitura em papel, que atrai parte de nossas necessidades humanas de uma maneira que os média digitais nunca conseguirão.”<sup>3</sup> (Dawood, 2018). Nicholas Carr menciona que a *internet*, um local dominado pela interação nas redes sociais com a partilha constante de conteúdos breves, alterou a nossa percepção de reter informação, a nossa capacidade de concentração e de pensamento reflexivo (Henriques, 2012). De modo semelhante, Sónia Matos refere que “Infelizmente tudo acontece a uma velocidade supersónica, ou seja, parece que o leitor não tem tempo para ler, para refletir.” (Apêndice G). Paralelamente, Mario Garcia defende que: “A descredibilização da imprensa não tem nada a ver com a evolução dos meios digitais, está relacionada com as correntes políticas e a forma como as pessoas abordam o jornalismo e os jornalistas.”<sup>4</sup> (Apêndice D). Chyi (2012 *apud* Santos, 2016, p. 11) defende que não é determinante a forma do objeto, impresso ou digital, e refere a falta de curiosidade por determinados temas como umas das razões para a diminuição da leitura de jornais, excluindo a tecnologia como uma delas. É, por isso, fundamental existir deliberação nos conteúdos publicados no objeto em papel (Ludovico, 2012, p. 29), por meio da exclusividade, da criação de rúbricas de opinião e de reportagens mais profundas, sendo que existe uma grande quantidade de conteúdos disponíveis no digital e que são rapidamente difundidos.

Ainda assim, o jornal digital e *online* permite a redução dos custos de produção por não utilizar recursos físicos como o papel (Saragih e Harahap, 2020, p. 547), sendo mais económico e ecológico. Contudo, a imprensa digital é dependente da *internet* e da eletricidade (Ludovico, 2012, p. 112), o que lhe diminui as vantagens neste contexto.

Em termos de independência económica, o jornal impresso subsiste à base da publicidade, bem como das vendas em banca (Ludovico, 2012, p. 82), o jornal digital utiliza uma política de conteúdos exclusivos, apresentando uma introdução para seduzir o leitor a subscrever um serviço pago. O jornal impresso tem ainda a desvantagem de ser um objeto de utilização única, tornando-se rapidamente obsoleto (Saragih e Harahap, 2020, p. 544).

Entre um jornal diário e um jornal semanário existem diferenças na utilização dos meios de comunicação. Num jornal semanário, a utilização do meio digital tem complementado o objeto impresso, como Marco Grieco (Apêndice F) refere: “Eu acho que os jornais de nicho, os jornais com a periodicidade mais alargada, (...), não vão morrer, acho que vão ter de se transformar.”. Num jornal diário as notícias publicadas no *website* e nas redes sociais vão ser as mesmas no jornal impresso, devido ao pouco tempo de execução, enquanto no jornal semanário impresso os conteúdos são estruturados e exclusivos, com reportagens e artigos de opinião, utilizando o objeto digital para notícias momentâneas.

Num jornal regional impresso, os meios digitais não são comuns devido aos poucos recursos humanos e financeiros e, por vezes, ao fraco conhecimento tanto da redação como da própria população na utilização destes meios. Marco Grieco (Apêndice F) refere estes meios como uma oportunidade de conexão entre os migrantes e a sua região e Alves (2020, p. 46) complementa: “Apesar de ter surgido como uma novidade e um desafio aos meios de comunicação, a *Internet* trouxe inúmeras potencialidades ao jornalismo de proximidade, nomeadamente enquanto fonte de informação, ao nível da difusão e distribuição

de conteúdos, do reforço do elo de ligação à comunidade, sobretudo emigrante, e da conquista de novos leitores, principalmente as gerações mais jovens.”.

Os meios de comunicação digital permitem e facilitam bastante em determinados aspetos, como foi mencionado acima, tal como restringem e dificultam. Contudo, o jornal impresso deve manter-se como o objeto de disseminação de informação principal, podendo ou não utilizar estes meios como complemento. É relevante existir evolução na relação entre o digital e o papel.

## 4. A IMPORTÂNCIA DA IMPRENSA NUMA REGIÃO INTERIOR

Numa época em que estamos constantemente *online* e informados do que se passa no país e no mundo, a imprensa regional ganha cada vez mais importância através da proximidade com a comunidade local: “Uma das características diferenciadoras da imprensa local e regional face à imprensa nacional reside na sua vocação natural para a prática de um ‘jornalismo de proximidade’, incluindo neste conceito a proximidade com os leitores e com as fontes” (ERC, 2010, p. 109). Com um público-alvo específico numa dada região, depende dos costumes, das tradições e dos acontecimentos locais para a produção de conteúdo noticioso e, por isso, acresce a sua valorização para a comunidade residente e migrante: “A imprensa regional desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do Mundo” (Diário da República, 1988, p. 1320). A imprensa regional é caracterizada pela proximidade dos próprios jornalistas com os leitores e um território específico, geralmente regiões rurais, conhecendo os seus hábitos e rotinas e tendo uma perspetiva intrínseca de quais as suas preferências e necessidades, tal como a responsabilidade de introduzir novas visões e ideologias em mentalidades com uma tendência mais inflexível. Como Reis (2017) refere, “o jornalismo é um serviço público e é essencial o seu papel no escrutínio, na reportagem, na validação dos factos, no confronto de opiniões, no fomento dos debates, no hábito saudável de ser contrapoder, na investigação, na formação de pensamento.”. O jornal e as suas notícias devem transmitir essa relação, sendo que a sua linguagem tanto dialética como visual deve transmitir a cultura do local, colocando as notícias da região com maior destaque e prioridade em relação às notícias externas (Golding e Elliott, 1979, p. 636).

Segundo o Decreto-Lei n.º 106/88, as principais funções da imprensa regional são:

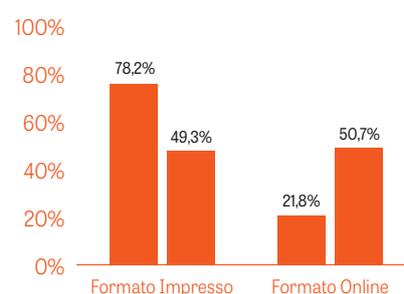
- “a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas;
- b) Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento;
- c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação;
- d) Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres;
- e) Proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões;
- f) Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional.”

(Diário da República, 1988, p. 1320)

<sup>5</sup> TL: “If the regional newspaper does not exist, the important local news are not covered, I think that long after some national newspapers lose their status, the regional newspapers will always survive.”

Segundo Alves (2020, p. 9), é a imprensa regional que poderá recuperar o valor do objeto impresso, do seu progressivo declínio de comercialização, devido à proximidade e à fidelidade dos leitores para com o jornal. Do mesmo modo, Mario Garcia defende (Apêndice D): “Se o jornal regional não existir, as notícias locais não são cobertas, eu acho que mesmo quando os jornais nacionais perderem o seu status, os jornais regionais irão sempre sobreviver”<sup>5</sup>. Tuzzo (2014, p. 298), por seu lado, refere que os “jornalistas não vêem o jornal local como uma alternativa para dinamização do jornal impresso, pelo contrário, acreditam que o impresso deve continuar a trabalhar com o Nacional e o Internacional, independentemente dessas notícias estarem também nas mídias eletrônicas”.

Em 1997, Portugal possuiu o número mais alto de jornais regionais *per capita* no contexto europeu, mas o volume de comercialização mais baixo (Jerónimo, 2015, *apud* Silva et al., 2017, p. 287). Entre 2012 e 2016, a taxa de variação do volume de circulação impressa dos jornais regionais em relação aos jornais nacionais foi bastante inferior com uma diferença de 15,7% (OBERCOM, 2018, pp. 17 e 18). Através de um estudo realizado pela Reuters, em 2017, *Digital News Report*, os inquiridos responderam que preferiam consultar jornais nacionais em formato *online* com uma margem de diferença muito pequena relativamente ao formato impresso, ao contrário do jornal regional, em que maioritariamente os leitores preferiam o formato impresso (78,2%) (Gráfico 8).



**Gráfico 8.** Percentagem de utilizadores que preferem o formato online ou impresso de jornais nacionais e regionais. Fonte: Adaptado de OBERCOM, 2018, p. 18.

Para fortalecer esta ideia de que Portugal sempre teve uma forte indústria jornalística regional, o estudo *Bareme Imprensa Regional*, realizado pela Marktest, em 2009, refere que 49,7% dos portugueses lê jornais regionais (Lusa, 2009). Segundo um estudo da ERC (2010, p. 22) sobre a *Imprensa Regional e Local em Portugal*, foram identificadas 728 publicações periódicas regionais, mas com apenas 18 (2,5%) de periodicidade diária, sendo na sua maioria mensais (37,5%), de seguida semanais (29,4%) e quinzenais ou bimensais (23,9%). As restantes dividem-se por bissemanais, trissemanais, trimensais e publicações exclusivamente.

Na região do Alentejo, onde se situa o concelho de Mourão – local de estudo do projeto – destaca-se a predominância de publicações de periodicidade mensal e de seguida quinzenal (Tabela 5) (ERC, 2010, p. 35).

**Tabela 5.** Percentagem da periodicidade de publicações locais e regionais nos distritos da região do Alentejo em 2010. Fonte: Adaptado de Estudo sobre a imprensa local e regional em Portugal, 2010, p. 35.

Distritos pertencentes à região do Alentejo	PERIODICIDADE						Online	Total
	Diário	Bissemanal/Trissemanal	Semanário	Quinzenário/Bimensal	Mensal	Trimensal E Outros		
PORTALEGRE		4,5	13,6	31,8	45,5		4,5	100
ÉVORA	6,7		13,3	20	53,3		6,7	100
BEJA			55,6	11,1	22,2		11,1	100

A subsistência dos jornais regionais depende, na sua maioria, das vendas e principalmente de subscrições, devido ao baixo investimento em publicidade e à redução de apoios financeiros, como o porte pago (ERC, 2010, p. 106). Para colmatar esta situação, em 2020, a Associação Portuguesa de Imprensa e a Associação de Imprensa de Inspiração Cristã apelaram à aquisição de uma página por edição por parte das Câmaras Municipais e um quarto de página por parte das Juntas de Freguesia, com o intuito de contribuir para a estabilidade financeira das publicações regionais (Dias, 2020). Ainda nesse ano, o Sindicato dos Jornalistas fez um comunicado para incentivar o governo a criar medidas de apoio aos jornais e rádios regionais, pois o contexto da pandemia por Covid-19, contribuiu para a aceleração do encerramento de muitas redações (Lusa, 2020). Contudo, há que referir que estas propostas poderiam induzir à tendenciosidade ou influência do poder político sobre as publicações, prejudicando a isenção, fundamental ao exercício do jornalismo. Outra problemática bastante presente nos jornais regionais é a falta de recursos humanos nas redações levando à sobrecarga de trabalho dos colaboradores, sendo que grande parte trabalha em regime de voluntariado (Apêndice B, C e G).

Não obstante, “A identidade de regiões comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença.” (Correia, 1998, p. 6 *apud* Inácio, 2015, p. 11), tal como o jornal regional predispõe. Este sentimento de pertença contribui para a união da comunidade residente e migrante com a região. Os jornais regionais são importantes para as comunidades locais, como Sónia Matos (Apêndice G) refere “(...) acho que têm imenso potencial e acho que valorizam a sociedade.” Para além de manterem a comunidade informada, podem ter a função de alertar a população das problemáticas existentes, como Marco Grieco refere: “das coisas mais interessantes é o jornal servir a comunidade, que depois retribui ao consumi-lo.” (Apêndice F).

## SÍNTESE CONCLUSIVA

Neste capítulo, aborda-se a imprensa partindo do nível geral para o particular. Começa-se com a imprensa e a sua evolução histórica – tópico que contribuiu para uma melhor compreensão das suas origens e do seu percurso ao longo do tempo, com especial foco nos jornais, permitindo à investigadora estabelecer bases sólidas para a conceção do objeto de projeto. De seguida, numa outra perspetiva e a nível nacional, procurou-se analisar a evolução das vendas e da circulação da imprensa e identificar que ocorrências influenciaram as oscilações na sua comercialização. Num terceiro subcapítulo, estudou-se de que modo é que os meios de comunicação digital, principalmente no setor *online* – *websites*, aplicações e redes sociais –, influenciaram os jornais impressos, apresentando através das entrevistas realizadas a especialistas na área, de estudos quantitativos e de dados estatísticos, perspetivas distintas sobre a necessidade, a complementaridade ou a ameaça destes meios *online*. Por fim, para o ponto mais específico deste capítulo, pretendeu-se compreender a relação da imprensa com as comunidades residentes e migrantes de determinadas regiões do país, principalmente de regiões rurais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

- ALVES, Cristiana Filipa Neto — **A Imprensa de Proximidade em Portugal: Estratégia Editorial do Papel às Redes Sociais**. Lisboa: NOVA - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, abr. 2020 Tese de mestrado.
- DAWOOD, Sarah — **“A newspaper is not a magazine – it is not an exercise in graphic design”** [Em linha], atual. 3 jul. 2018. [Consult. 20 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.designweek.co.uk/issues/2-8-july-2018/a-newspaper-is-not-a-magazine-newspaper-design-gestalten-mark-porter/>.
- Estatuto da Imprensa Regional. Decreto-Lei n.º 106/88 (88-03-31) Sec. N.º 76 - 1 Série 1320-1321.
- DIAS, Daniel — **Associações pedem a autarquias que comprem espaço publicitário a jornais locais** [Em linha], atual. 30 mar. 2020. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2020/03/30/local/noticia/associacao-portuguesa-imprensa-pede-apoios-publicitarios-autarquias-jornais-locais-1910169>.
- ERC — **Estudo sobre a imprensa local e regional em Portugal**. 1.ª ed. [S.l.]: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2010
- ERC — **Públicos e Consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países** ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2014
- FAUSTINO, João Paulo — **A Imprensa em Portugal: Transformações e Tendências**. Lisboa: MediaXXI/Formalpress, 2004. ISBN 972-99351-0-6.
- FUNDAÇÃO GULBENKIAN — **Inquérito às práticas culturais dos portugueses** [Em linha], atual. 16 fev. 2022. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://gulbenkian.pt/noticias/inquerito-as-praticas-culturais-dos-portugueses/>.
- GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip — **News Values and News Production**. Em **Making the News**. London: Longman, 1979. p. 114-123.
- GUERREIRO, Augusto Deodato — **História Breve dos Meios de Comunicação: Da Imanência Pensante à Sociedade em Rede**. 2.ª ed. Lisboa: EDLARS-educomunicação e vida, 2018. ISBN 978-1-981138-05-0.
- HENRIQUES, Joana Gorjão — **“A Internet mudou a nossa percepção do tempo”** [Em linha], atual. 28 nov. 2012. [Consult. 10 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/28/tecnologia/noticia/a-internet-mudou-a-nossa-percepcao-do-tempo-1573458>.
- INÁCIO, Rita Alexandra Ramos — **Ciberjornalismo no Distrito de Santarém: A perspetiva do jornalista regional**. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2015 Tese de mestrado.
- INE — **Jornais (N.º); Anual** [Em linha], atual. 8 out. 2021. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0004133&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Jornais (N.º) por Localização geográfica**

[Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010316&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Circulação total de jornais (N.º) por Localização geográfica**

[Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010323&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Exemplares vendidos de jornais (N.º) por Localização geográfica**

[Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010324&contexto=bd&selTab=tab2>.

INFOPÉDIA — **Imprensa em Portugal até ao século XVII - Infopédia**

[Em linha] [Consult. 7 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$imprensa-em-portugal-ate-ao-seculo-xvii>.

JERÓNIMO, Pedro — O uso da Internet na imprensa regional portuguesa. Em . Bilbao :

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea C/Barrio Sarriena, 2011

LUDOVICO, Alessandro — **Post-Digital Print: The Mutation of Publishing since 1894**. 1000. ed. Eindhoven: Onomatopee, 2012. ISBN 978-90-78454-87-8.

LUSA — **Quase metade dos portugueses lêem imprensa regional** [Em linha], atual. 22 jun. 2009. [Consult. 29 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/redeexpresso/quase-metade-dos-portugueses-leem-imprensa-regional=f522165>.

LUSA — **Covid-19: Sindicato dos Jornalistas pede apoio urgente para sobrevivência dos jornais e rádios locais**

[Em linha], atual. 5 abr. 2020. [Consult. 31 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2020/04/05/sociedade/noticia/covid19-sindicato-jornalistas-pede-apoio-urgente-sobrevivencia-jornais-radios-locais-1911079>.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. — **História do Design Gráfico**. 4.º ed. São Paulo : Cosac Naify, 2009. ISBN 978-85-7503-775-1.

NORA, Gabriela — Jornalismo impresso na era digital: uma crítica à segmentação do público e à fragmentação do noticiário. **Rumores**. 5:10 (2011).

OBERCOM — **Jornais regionais: A análise de perfis de utilização. Actividade, desafios e políticas públicas para o sector**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2018

OBERCOM — **O Mercado Publicitário em Portugal** **Prospetivas gerais e cenários de futuro: Análise de pormenor ao sector da imprensa**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2019

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: títulos publicados por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+t%C3%ADtulos+publicados+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-1308-10430>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: circulação total, exemplares vendidos e exemplares distribuídos gratuitamente por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+circula%C3%A7%C3%A3o+total++exemplares+vendidos+e+exemplares+dis-

tribu%C3%ADdos+gratuitamente+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-2239-178791>.

QUINTANILHA, Tiago Lima — 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. **Observatorio (OBS\*)**. 12:3 (2018) 18.

REIS, Gonçalo — **Da importância do jornalismo** [Em linha], atual. 18 jan. 2017. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://observador.pt/opiniao/dad--importancia-do-jornalismo/>.

SANTOS, Nuno Duarte Fialho Sanches Borges Dos — **Efeitos do consumo digital na imprensa escrita : evidência empírica para os jornais diários portugueses**. Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão, out. 2016 Tese de mestrado.

SANTOS, Rafael Weiblen Dos — **Desenho de Tipografia de Texto para Jornais**. Porto Alegre: Centro Universitário Ritter dos Reis, 2010

SARAGIH, M. Yoserizal; HARAHAP, Ali Imran — The Challenges of Print Media Journalism in the Digital Era. **Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences**. 3:1 (2020) 540-548.

SILVA, Marisa Torres et al. — Between traditional and social media: News repertoires in Portugal. **Participations - Journal of Audience & Reception Studies**. 14:2 (2017) 283-300.

SOUSA, Jorge Pedro — **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2001

SOUSA, Jorge Pedro — **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto: Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, 2008

TAIPALE, Sakari —  
The relationship between Internet  
use, online and printed  
newspaper reading in Finland:  
Investigating the direct and  
moderating effects of gender.  
**European Journal of  
Communication**. 28:1 (2013) 5-18.

TUCK, Andrew — Monocle´s  
Singular Vision. Em **Newspaper  
Design: Editorial Design from  
World's Best Newsroom**. Berlim:  
Gestalten, 2018. p. 206-207.

TUZZO, Simone Antoniaci —  
**O impresso na era digital pela  
perspectiva dos portugueses**.  
Goiás : Universidade Federal De  
Goiás – UFG e Centro de  
Investigação Media e Jornalismo –  
CIMJ – UNL, dez. 2014



Capítulo 3

# DESIGN EDITORIAL NO JORNAL IMPRESSO E DIGITAL



## NOTA INTRODUTÓRIA

Este capítulo final, inserido na primeira parte desta investigação, tem como intuito abordar temas do design editorial, com foco no jornal impresso e online.

Num primeiro ponto, começámos por abordar a importância do design editorial nos jornais, introduzindo uma breve contextualização dos primórdios do design editorial até aos dias de hoje, prosseguindo com a sua explicação e, simultaneamente, analisando várias perspetivas de especialistas na área. No segundo ponto, intitulado “Funcionamento e anatomia de um jornal”, procurámos identificar e compreender os componentes que definem e determinam o que é um jornal, bem como alguns conceitos base do design editorial. De seguida, abordámos, de modo geral, os elementos gráficos e estruturantes de um jornal, tais como formato, grelha, tipografia, imagem e cor, e de que modo estes influenciam a identidade e a navegação no objeto. Para finalizar, sintetizámos as diferenças e semelhanças do design editorial em jornais impressos e digitais.

# 1.

## A IMPORTÂNCIA DO DESIGN EDITORIAL NUM JORNAL

O design editorial surgiu há muitos anos, sem ser inicialmente reconhecido por esta terminologia. Apesar da existência do livro ser conhecida desde antes do século XV, pode considerar-se que foi neste período que o design editorial deu os seus primeiros passos como consequência da invenção da impressão por caracteres móveis, que possibilitou o processo industrializado do livro. Com esta invenção, nasceu o conceito de projeto que hoje conhecemos em design, tendo a seleção da fonte tipográfica, formato, papel, mancha de texto, composição, entre outros, como parte integrante do seu processo (Fetter, 2011 *apud* Damasceno, 2013, p. 7). Esta industrialização do livro impulsionou a evolução editorial dos jornais impressos (Gruszynski, 2010 *apud* Damasceno, 2013, p. 2), tendo sido alvo de constantes evoluções até aos dias de hoje.

Nas últimas décadas, o aparecimento de novas tecnologias e o desenvolvimento de plataformas de comunicação online melhoraram a produção e distribuição de objetos impressos e revolucionaram e levaram o conceito de design editorial para os dispositivos digitais. A crise que tem vindo a subsistir nos jornais impressos levou à extinção de muitos, mas também permitiu que outros evoluíssem através da adaptação destes novos meios de comunicação e da sua renovação visual. Com isto, existe agora maior responsabilidade de tornar o jornal novamente presente no quotidiano das pessoas. Contudo, o design não é tudo. Para o leitor se relacionar com o objeto e se manter fiel, é necessário que o jornalismo seja de qualidade e esteja agregado a um bom projeto de design (Apêndice G).

Segundo Frascara (2004, p. 130) e Munari (2016, p. 68), o principal objetivo do design editorial num objeto de disseminação de informação, como o jornal, é compreender dois passos: relacionar o conteúdo textual com a forma como é exposto e os seus elementos gráficos, como a tipografia, fotografia, ilustração, infografia, grelha e os espaços em branco, de modo a permanecer consistente visualmente quando o seu conteúdo difere a cada edição (Esterson, 2004, p.4 *apud* Damasceno, 2013, p. 9). Došen e Brkljačić (2018) reforçam: “o design do jornal apon-

ta para a interação da forma e do conteúdo através da influência do formato visual na percepção e interpretação do conteúdo”.

Esta ideologia estende-se também a Franchi (2018, p. 242) que defende “(...) do ponto de vista do designer, temos que criar um objeto que agrade tanto aos olhos quanto à mente (...)”<sup>6</sup>, colocando o design editorial e o discurso jornalístico num nível de importância semelhante. De modo a identificar a importância do design editorial num jornal, Evans (1985, pp. 15 e 16 *apud* Sousa, 2001, pp. 371 e 372) resume em alguns pontos as práticas que um designer deve cumprir:

- “1. Comunicar de forma clara, isto é, com legibilidade máxima, e de forma económica, ou seja, fazer uso efectivo do espaço limitado que são as páginas dos jornais e revistas;
2. Comunicar tendo em conta o valor proporcional e escalar das notícias;
3. Comunicar num estilo reconhecível que seja útil para o leitor (por exemplo, ordenar sempre as secções da mesma maneira);
4. Fazer poupar tempo;
5. Possibilitar rápidas mudanças gráficas, uma vez que as notícias também mudam rapidamente.”

O design vai além da organização do conteúdo, facilita a sua compreensão e cria identidade, como Freire (2009, p. 292) refere: “O jornal como dispositivo, além do conteúdo material (as notícias), contém os valores simbólicos, a identidade, a imagem que o jornal constrói para si perante a sociedade, para seu público leitor, e não leitor”. Esta criação de identidade é o que gera a conexão entre a audiência e um jornal regional, tendo em consideração “(...) aspetos sociais, culturais, psicológicos, ambientais, éticos e estéticos da identidade do ambiente em que se insere.”<sup>7</sup> (Došen e Brkljačić, 2018). Em entrevista (Apêndice H), Javier Errea refere que existe dificuldade na comprovação de que o design editorial é uma forma de dinamização local e união da sua comunidade, vindo a concluir que uma das formas a relacionar o design com um local poderá ser através da marca e da identidade do jornal,

<sup>6</sup>TL: (...) from the designer's perspective, we have to create an object that appeals to the eye as well as the mind (...).

<sup>7</sup>TL: “(...) social, cultural, psychological, environmental, ethical, and aesthetic aspects of the identity of the environment in which it arises. (...)”.

<sup>8</sup> TL: “(...) motor de todos los valores, de todas las cualidades, de los atributos (...)”

como um “(...) motor de todos os valores, de todas as qualidades, de todos os atributos (...)”<sup>8</sup>, ou seja, a marca gráfica poderá ser o principal elemento que permita criar uma ligação entre o design, o seu conteúdo, o público-alvo do jornal e a cultura do local.

O design editorial consegue ser um veículo de representação do período em que é produzido o objeto (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 10). No caso do jornal, este pode ser influenciado tanto pelo conteúdo como pelos elementos visuais utilizados. Marco Grieco (Apêndice F) afirma que no seu trabalho de design tudo o influencia mesmo sem existir relação com o tema. Contudo, em determinados temas a ligação com o design torna-se óbvia, como por exemplo no decorrer da Guerra da Ucrânia, as páginas do jornal Expresso tornam-se mais pesadas através da utilização da imagem e das cores, de forma a representar a dor do país. Mario Garcia (Apêndice D) refere que existem várias formas de o design ser influenciado como “as tendências, o gosto das pessoas e a tecnologia disponível”. Mario Garcia e Javier Errea (Apêndice H) referem a necessidade de rapidez de produção como uma das razões que levou ao design modular e à utilização de templates, comprometendo a criatividade nos jornais. Jorge Silva (Apêndice E) acompanha este raciocínio, defendendo que a falta de “surpresas” nos jornais também se deve à crise na imprensa. Para Sónia Matos (Apêndice G) continua a existir criatividade, contudo, para existir bom design jornalístico é necessário que o conteúdo seja de qualidade, e destaca que muitas vezes o mais importante é a vontade de querer ser, como aconteceu num dos seus projetos de redesign de jornal regional – o jornal Setubalense: “Nós somos pequenos, mas queremos ser tão bons como os grandes.”.

Num jornal regional, o design editorial pode ser um meio de transmissão da cultura da região e contribuir para a sua dinamização, como Rauws e Van Dijk (2013 *apud* Kempenaar, Brinkhuijsen e Brink, 2019, p. 360) defendem: “O design regional induz vários efeitos num contexto regional. Desenvolve conceções alternativas que podem levar a uma perceção renovada da região.”. Mario Garcia não concorda

que existam diferenças no design de um jornal regional e um jornal nacional, mas sim entre os conteúdos de ambos (Apêndice D). Contudo, Sónia Matos diz que sim, e afirma que, para além de se ter em conta os recursos de um jornal, é preciso ter em atenção a identidade que já existia anteriormente no caso de um redesign, tentando realizar um projeto que facilite utilização dos elementos gráficos e diagramáticos pela redação do próprio jornal. Reforça ainda que o design de um jornal regional contribui para a dinamização de uma região e da sua comunidade: “Isso faz com que a comunidade sinta que faz parte de algo maior.” (Apêndice G).

Como é perceptível, é necessário ter em conta quais os elementos gráficos e compositivos, tais como os princípios e a anatomia, e unir com os valores do jornal, no caso de um jornal regional, a cultura da região, para criar identidade e melhorar a relação do objeto com a sua audiência.

## 2. ANATOMIA E FUNCIONAMENTO DE UM JORNAL

O jornal tem como principal função informar. No entanto, para cumprir a sua função, deve conter vários elementos que permitam melhorar a navegação e a experiência de leitura e, conseqüentemente, tornar o conteúdo compreensível. Existem várias categorizações dos elementos que constituem um jornal e que influenciam e conectam ambas as partes, o jornalismo e o design.

Dentro dos gêneros jornalísticos, temos como principal gênero a **notícia**, mas existem outras formas de apresentar e de obter informações como a **entrevista** – que se apresenta na forma de pergunta-resposta – e o gênero mais desenvolvido de todos, a **reportagem**. Esta apresenta ser mais exigente e com um teor mais profundo, tendo como característica diferenciadora a presença física do jornalista, sendo considerada o gênero jornalístico de maior notoriedade. O **perfil** apresenta-se como um gênero textual jornalístico que destaca uma só pessoa, ou seja, um protagonista na história. A **crônica** é um gênero de artigo que apresenta informação acompanhada de opinião do autor. Este gênero, além de informativo é um gênero opinativo, como os **artigos de opinião** e o **editorial**. O editorial, realizado pelo diretor, tem como intuito refletir sobre o que se passa atualmente no mundo e apresentar os valores que o jornal representa.

Para que os conteúdos jornalísticos sejam apreendidos correta e eficazmente, é necessário aplicar alguns dos princípios básicos e fundamentais do design editorial na composição do jornal, tais como, equilíbrio, contraste, hierarquia, proporção e consistência. Segundo Barnhurst (1994, p. 180 *apud* Sousa, 2001, p. 373), o equilíbrio é bem executado quando se “distribui equitativamente os elementos formais em torno do centro focal da página (que se situa ligeiramente acima do centro geométrico) de acordo com o seu peso visual (os itens mais largos e mais escuros têm maior peso visual; assim, por exemplo, um pequeno item escuro necessita de ser balanceado com um item claro maior)”, sendo o espaço em branco um dos elementos a ter em consideração. Este pode ser utilizado de variadas formas tendo em conta o que se quer transmitir.

Para Sousa (2001, pp. 374 e 375), quando existe pouco espaço em branco num jornal, este transmite uma certa restrição de pensamento, enquanto o oposto transmite uma certa abertura e liberdade de expressão para o leitor. Contudo, o espaço em branco numa página com muito texto, como acontece nos jornais, pode trazer a sensação de “repouso visual”. Este repouso é particularmente necessário quando o jornal tem um alto contraste. Este contraste pode acontecer de várias formas, através das diferenças entre tamanhos, cores e tipologias dos elementos, como tipografia, imagem, mancha de texto, entre outros. “Através do contraste pode-se direccionar mais facilmente a atenção do observador para um polo de impacto visual que interesse realçar.” (Sousa, 2001, p. 375).

O olhar pode também ser atraído através da proporção, existindo elementos com maiores dimensões com esse intuito, o de chamar a atenção, influenciando o ritmo de leitura do objeto. Para melhorar este ritmo de leitura existe o conceito de hierarquia, que pode atuar através das proporções e do posicionamento dos elementos criando um fio condutor para o leitor (Figura 19) (Caldwell e Zappaterra, 2014, pp. 135 e 136). De modo que estes elementos consigam criar uma identidade é necessário que exista consistência. Este rigor na manutenção do jor-



Figura 20. Esquema de representação do percurso do olhar na página.  
Fonte: Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 128.

nal permite ao leitor identificar o objeto sempre que adquire um novo exemplar. Esta consistência pode-se alcançar através das secções, da grelha, da tipografia, da imagem, da cor, entre outros. Um jornal com uma periodicidade diária, não terá o mesmo rigor gráfico e textual que um jornal semanal ou mensal, pois estes tendem a ter mais tempo de revisão e, conseqüentemente, a apresentar conteúdos mais aprofundados (Apêndice F e G).

O design para além de captar a atenção do leitor deve cumprir três requisitos, segundo Frascara (2004, pp. 61 e 62): deve ser claro e organizado na apresentação dos conteúdos e dos elementos que compõem o objeto; deve facilitar e estimular o leitor; e ter em consideração “aspectos culturais, sociais, económicos, tecnológicos e ecológicos”:

“O design é, portanto, um dos componentes da enunciação jornalística, não só como um elemento de persuasão ou sedução do leitor, mas também como constituinte com potencial informativo, que antecipa características de gêneros, organização temática, valor-notícia, e influi na construção do jornal como dispositivo de enunciação.”

(Freire, 2009, p. 292)

O jornal tem na sua anatomia elementos que ajudam na sua estruturação, tanto no conteúdo como no design e, por isso, vamos enumerar alguns (Figura 20) (Apfelbaum e Cezzar, 2014, pp. 33-35; Caldwell e Zappaterra, 2014, pp. 86-121; Damasceno, 2013, pp. 22-25; Garcia, 2002, pp. 15, 46 e 47; Harrower e Elman, 2013, pp. 18 e 19):

1. Marca gráfica: Nome do jornal que se encontra na capa, apresenta-se com elementos gráficos que formam a sua identidade, como a cor, tipografia, símbolo, entre outros.
2. Tag-lines: Ou slogan, ajuda na construção e identificação do objeto e do seu público-alvo.
3. Tabela de conteúdos ou índice: Alguns jornais podem apresentar uma tabela de conteúdos que ajuda ao leitor encontrar o artigo ou secção que deseja ler no interior da página, para analisar todo o conteúdo que está no interior ou para relembrar os artigos que já leu.

4. **Cartola:** Geralmente encontra-se no topo da página, é uma indicação dos temas que são abordados naquela página. Pode indicar a secção ou o tipo de artigo. Ajuda o leitor a situar-se no interior do jornal.
5. **Fólio:** Onde se indica o número da página, pode vir acompanhado com a data ou o nome da publicação e, por vezes, na mesma linha está a indicação da secção. Pode estar no topo ou no fim da página.
6. **Antetítulo:** Ajuda na contextualização do texto, atua como complemento ao título principal.
7. **Título:** Os títulos, ou manchetes, são elementos gráficos que se destacam por ocuparem uma grande área da página, apresentam o tema que o artigo irá abordar.
8. **Subtítulo:** Tem como objetivo contextualizar a manchete e resumir o artigo em questão. Geralmente, destaca-se em relação ao texto, mas em relação à manchete tem um carácter subtil.
9. **Lead:** É o primeiro parágrafo do artigo e tem como objetivo ajudar o leitor a contextualizar-se no tema que é abordado de forma a incentivá-lo à continuação da sua leitura. Para não se tornar confuso em relação ao subtítulo, este deve conter mais informação, tendo que responder a seis questões: “o quê, quem, quando, onde, porquê e como” (Alves, 2020, p. 14). As duas últimas questões podem apenas ser respondidas no parágrafo seguinte de modo a captar o leitor para o restante texto da notícia.
10. **Breves:** Apresentam-se como pequenas frases, geralmente com menos de 200 caracteres, geralmente são notícias rápidas com pouca informação.
11. **Capitular:** Letra única utilizada no início de um artigo e geralmente de tamanho consideravelmente superior ao texto.
12. **Corpo de texto:** Continuação do conteúdo textual após o lead, é onde se encontram grande parte das informações sobre o artigo.
13. **Olho da matéria:** Destaca parte da notícia, como por exemplo, citações e infografias. Estes destaques ajudam na complementação do artigo e permitem criar dinamismo na composição visual através de pontos de pausa na leitura, mas também criando pontos atrativos para a restante leitura do artigo.

Figura 21. Alguns dos elementos que constituem uma página de jornal.

Fonte: Damasceno, 2013, p. 25



14. Entretítulo e título secundário: Permite criar divisões de assuntos dentro do artigo.
15. Imagem ou arte: Pode ser descrita como fotografia, ilustração ou infografia.
16. Legenda: Ajuda a contextualizar a imagem no texto, permitindo ao leitor interligar ambos os elementos.
17. Crédito: Ou assinatura, é a indicação do autor do artigo ou imagens. Quando existem imagens de bancos de imagem ou com pouca relevância a sua autoria não é identificada.
18. *Jump line*: Referência de onde se encontra o artigo no interior do jornal, geralmente está presente na 1.<sup>a</sup> página.
19. Fio ou filete: Linha utilizada para separar conteúdos numa página.

Muitos dos elementos enunciados acima constam na primeira página de um jornal que é também considerada a sua capa. Esta é o primeiro contacto que um leitor tem com a publicação, tendo como principal finalidade atrair para a compra e leitura do seu conteúdo interno através da síntese e destaque dos artigos mais relevantes do jornal. A página um, tal como as restantes páginas do interior, segue um conjunto de normas e modelos pré-estabelecidos que ajudam na criação da sua identidade e contribuem para a boa organização dos conteúdos, não existindo muita margem para inovar. Contudo, existem momentos particulares, como aniversários ou o falecimento de alguma figura importante, que permitem maior liberdade e ampliar o seu valor (Apêndice E) (Harrower e Elman, 2013, p. 88). Para Sónia Matos (Apêndice G), a primeira página é um registo que fica para a história e refere uma citação de Javier Errea: “Um país sem primeiras páginas é como um homem sem passado”, ou seja, a primeira página, além de ser um dos motivos que atrai o leitor, é também um registo do momento e uma memória do tempo, com particular importância e valor sentimental num jornal regional.

## 3.

## COMPOSIÇÃO E ELEMENTOS GRÁFICOS DE UM JORNAL

Geralmente, a identidade de um objeto é associada à marca gráfica, mas no caso dos jornais, a identidade passa pela cooperação entre um conjunto de elementos gráficos e compositivos que colaboram com o conteúdo textual: “Essa personalidade traduz-se no formato, nas cores, na tipografia e em todos demais elementos que configuram o *layout*, o qual determina o modo como o leitor percebe o jornal (...)” (Frost, 2003 *apud* Damasceno, 2013, p. 11).

Para selecionar o formato adequado ao jornal, deve-se considerar o seu contexto em termos do conteúdo, periodicidade, manuseamento, custos de produção, impressão e distribuição (Apfelbaum e Cezzar, 2014, p. 14). Sendo o jornal um objeto tendencialmente obsoleto após a sua leitura, é determinante o tipo de papel, devendo este ter um custo baixo de produção e ser facilmente reciclável. Dentro dos formatos, os mais comuns nos jornais impressos são o Broadsheet (56-60 por 43.2cm), o Berliner (29-31 por 46-47cm) e o Tabloide (25-30 por 33-35cm).

Para além do formato, o peso dos elementos gráficos e o seu posicionamento na página são fatores relevantes no desenho da grelha e, consequentemente, na navegação. Segundo um estudo realizado por Garcia, Stark e Miller (1991 *apud* Sousa, 2001, p. 378), “Os leitores tendem a não entrar nas páginas a partir do canto superior direito, procurando pela história mais importante, mas sim a partir do local onde estão os mais poderosos elementos gráficos, estejam eles no fundo, no centro ou noutra local da página;”.

Ainda neste estudo é referido que quando o leitor abre o jornal e observa em conjunto as duas páginas, como uma unidade, olha tendencialmente primeiro para a página da direita e em seguida para a página da esquerda. Contudo, é apenas nos momentos de pausa que o leitor consegue absorver informação e refletir sobre o seu conteúdo, sendo que nos leitores regulares esta percepção se torna mais rápida e perspicaz (ou também dependendo dos tipos de letra) (Garcia, Stark e Miller, 1991 *apud* Sousa, 2001, p. 379). “Quanto mais experiente é um

leitor mais curtos são os períodos de fixação e maiores são os saltos. As palavras e as configurações de palavras que estão armazenadas na memória visual do leitor são lidas mais rapidamente do que as desconhecidas. Desse modo, é possível especular que quanto mais semelhantes as formas de uma fonte forem aos arquétipos das letras, mais eficiente ela será.” (Spencer, 1969 *apud* Santos, 2010, p. 33).

Esta navegação também depende da página em que o conteúdo se insere. Segundo um estudo de Holmberg (2004 *apud* Došen e Brkljačić, 2018), os leitores permanecem mais tempo na página da esquerda (61,3%) do que na página da direita (38,6%). Por exemplo, numa página de um jornal, as “Manchetes e fotos são as nossas ferramentas mais eficazes para atrair a atenção dos leitores.”, contudo as leads são também uma boa forma de manter o leitor na página (Garcia, 2002, p. 16).

A grelha, um dos elementos mais relevantes no design editorial dos jornais, tem a função essencial e indispensável de interligar todos os elementos gráficos com o conteúdo textual e, conseqüentemente, de permitir um ritmo de leitura rápido e fluido, que num jornal se consegue, geralmente, através de colunas estreitas com poucas palavras por linha. Quando se desenha uma grelha é necessário seguir algumas normas base para jornal, como por exemplo, num formato broadsheet, a grelha é dividida por 6 colunas, enquanto no tabloide por 5 colunas. Segundo Harrower e Elman (2013, p. 75), estes conceitos têm origem nos tamanhos definidos para os anúncios publicitários. Estas grelhas, contudo, podem ser flexíveis e irregulares consoante as necessidades do jornal desde que a leiturabilidade – facilidade na percepção do conteúdo ao longo da linha – do conteúdo não fique comprometida.

Quando se projeta um jornal, a grelha deve conter algumas especificidades base, nas quais se destacam as linhas guias que determinam as colunas, as margens, a linha base do fólio, a baseline – que determina as entrelinhas e os tamanhos de todo o conteúdo textual – e a área de corte (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 110). Após isto, é possível produzir um conjunto de páginas-modelo para que a produção do jornal seja mais rápida, mas que pode dificultar a criatividade, pois os designers ficam sujeitos àquele layout, razão pela qual é importante que estes modelos sejam flexíveis.

<sup>9</sup> TL: "Characters are tools for reading. Tools without a perfect function are trouble."

<sup>10</sup> TL: "(...) serifs and sans serifs, preferably from within the same family of type."

Com a criação destes *templates*, torna-se mais fácil criar um percurso de leitura no jornal através da definição das secções. Num jornal, as secções frontais, ou de abertura, são geralmente definidas pelos seus conteúdos de última hora (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 82). As secções posteriores, nas últimas páginas do jornal, apresentam conteúdos como agendas e programações onde são utilizadas grelhas regulares e onde a tipografia se destaca através dos vários tamanhos e fontes. Das secções posteriores, é na contracapa do jornal que estão as notícias mais relevantes e de maior interesse ou artigos fixos como rubricas, pois muitos leitores têm a tendência de ler da página traseira para a dianteira, levando à colocação de conteúdos com maior procura nestas páginas (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 86). Um dos requisitos fundamentais a ter em consideração na seleção do tipo de letra é a sua legibilidade e leiturabilidade. Num jornal, é importante que este apresente uma altura-x alta, de modo a melhorar a leitura nas estreitas colunas de texto. Contudo, isto não determina a inexistência de fatores estéticos, ou seja, quando se define um tipo de letra, este não deve apenas cumprir a sua função, pois a sua forma e os seus detalhes, que determinam o seu aspeto, permitem criar relações e, conseqüentemente, uma identidade visual. Por isso, a estética, a legibilidade e a leiturabilidade devem trabalhar conjunta e equilibradamente, de modo a que o tipo de letra possa ter várias aplicações e funções (Übele, 2017, p. 42). "Os caracteres são ferramentas de leitura. Ferramentas sem uma função perfeita são um problema."<sup>9</sup> (Übele, 2017, p. 37). A tipografia é também fundamental na definição da estrutura e hierarquia através dos títulos, cabeçalhos, destaques,

citações, manchetes, corpo de texto (Apfelbaum e Cezzar, 2014, p. 42). Quando escolhido o tipo de letra é necessário ter em conta os estilos que apresenta, de modo a diversificar a sua função, tal como Garcia (2002, p. 80) refere, a importância de misturar “(...) serifas e sem serifas, de preferência da mesma família de tipos.”<sup>10</sup>, para criar dinâmica na página. Como nas manchetes, um dos focos principais numa página, o tipo de letra a utilizar deve ter elevado contraste, de modo a destacar-se do restante conteúdo, podendo, por isso, apresentar-se num estilo bold e num tamanho grande (Garcia, 2002, p. 44).

Segundo Garcia, o tamanho que melhor funciona no corpo de texto de um jornal está nos 9 pontos ou mais, sendo que muitos destes utilizam 10 pontos para facilitar a leitura de pessoas mais idosas (Garcia, 2002, p. 44), contudo estes números não são regras absolutas, deve-se ter em conta o público-alvo do objeto, o formato, as colunas de texto e, ainda mais importante, as características do tipo de letra. Ainda em relação ao corpo de texto, num jornal é comum a utilização do texto justificado pois: “Um texto justificado cria uma forma mais limpa na página”<sup>11</sup> (Lupton, 2010, p. 112). Contudo, o texto alinhado à esquerda, comum na utilização de texto em colunas, transmite a sensação de mais espaço branco na página. Quando utilizado, devem ser também utilizados filetes para não confundir os conteúdos entre colunas (Garcia, 2002, p. 51). Garcia recomenda o uso do texto alinhado à esquerda em pequenos textos dos jornais, como por exemplo nos *leads* ou olhos, para quebrar textos densos ou páginas pesadas (Garcia, 2002, p. 51).

A imagem é outro elemento muito presente nas páginas dos jornais. Pode representar-se de variadas formas, desde fotografia, ilustração ou infografia. Segundo um estudo de García, Stark e Miller (1991 *apud* Sousa, 2001, p. 379), a imagem é geralmente um dos “(...) primeiros pontos de entrada de um leitor numa página, sejam a cores ou a preto e branco;”, sendo que os leitores tendencialmente iniciam seu percurso pela “imagem dominante, movendo-se, posteriormente, para outras imagens, em função do seu grau de relevância, e/ou para os títu-

<sup>11</sup> TL: “Justified text makes a clean shape on the page.”.

<sup>12</sup> TL: "The image must be visually strong, that is, it should have a high internal cohesion, and should at the same time differ from the context surrounding it."

<sup>13</sup> TL: "(...) when a story demands a conceptual or oblique interpretation, or there are no good photographic images to be used, or simply to create an interesting and constantly varying dialogue between visuals and text (...)"

<sup>14</sup> TL: "I continue to be attracted by color and some graphic juggling, but in the loud world we live in these features on a newspaper page should be the exception, not the rule (...)"

los mais proeminentes;". Além disto, Frascara (2004, p. 58) refere que: "A imagem deve ser visualmente forte, isto é, ter uma alta coesão interna e, ao mesmo tempo, deve diferir do contexto ao seu redor."<sup>12</sup>, ou seja, a imagem deve permanecer enquadrada com o conteúdo, mas deve também destacar-se deste.

A fotografia é um dos elementos, dentro da categoria das imagens, mais vezes utilizado pelos jornais, pois permite transmitir uma versão mais fidedigna da história. A infografia representa-se, geralmente, em forma de gráfico, permitindo sintetizar a informação e, por isso, cerca de 70% dos leitores processa-a (García, Stark e Miller, 1991 *apud* Sousa, 2001, p. 381). A ilustração é muitas vezes utilizada "(...) quando uma história exige uma interpretação conceitual ou oblíqua, ou não há boas imagens fotográficas a serem usadas, ou simplesmente para criar um diálogo interessante e constantemente variado entre elementos visuais e texto (...)"<sup>13</sup> (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 103).

A cor é um elemento complementar aos restantes, como Macedo (2018, p. 143) refere: "Eu continuo a ser atraído pela cor e por alguns malabarismos gráficos, mas num mundo ruidoso em que vivemos estas características numa página de jornal devem ser a exceção, não a regra (...)"<sup>14</sup>. Ainda assim, a cor pode contribuir para delinear o percurso de leitura nas páginas de um jornal, bem como os outros elementos como as manchetes, o corpo de texto, a imagem e a sua composição na página (García, Stark e Miller, 1991 *apud* Sousa, 2001, p. 380). Para reforçar esta ideia, alguns estudos comprovam a teoria de a cor influenciar a navegação e perceção do leitor na página, além disso mostram que a cor também transmite ao leitor "prazer estético" (Holmqvist and Wartenberg, 2005; Samara, 2005 *apud* Došen e Brkljačić, 2018). Além disto, a cor num jornal pode ser usada através de uma paleta cromática pré-definida que complemente a sua identidade e que transmita

os valores do objeto. Para Larequi (1994, pp. 162-164 *apud* Sousa, 2001, p. 376), a cor também se pode representar de variadas formas: “(...) como suporte (a cor constitui um fundo), como elemento integrado (cumprir uma função, como num título a vermelho), como elemento natural (quando se integra num local que é interpretado pelo observador como o seu lugar natural, de que é exemplo o céu azul) e como protagonista (quando a cor funciona como o principal transmissor da mensagem, como num semáforo)”.

A escolha destes elementos e a sua composição gráfica irá, portanto, definir parte do conceito do jornal e determinar a sua identidade visual, além disso, é através da conjugação destes que o objeto cumpre a sua função de informar com clareza e objetividade todo o conteúdo. Com a evolução digital e tecnológica, o significado de design editorial renovou-se, passando de dizer exclusivamente respeito à composição de elementos gráficos num objeto físico e impresso, para passar a incluir também as plataformas digitais (Freire, 2009, p. 302).

## 4.

## DESIGN GRÁFICO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO ONLINE

Os conteúdos apresentados numa plataforma digital online (*websites*, aplicações e redes sociais), devem ser trabalhados com o mesmo rigor e princípios que os objeto impresso, oferecendo a melhor experiência de leitura possível, mas adaptada ao suporte em questão. Segundo Apfelbaum e Cezzar (2014, p. 9), os leitores não alteraram os seus hábitos de leitura, apenas mudaram o suporte de papel para o digital, criando novas interações com o conteúdo, conseguindo ter acesso mais rápido, ter conteúdo atualizado ao segundo, que é possível selecionar por temas, partilhar e guardar.

Os jornais, atualmente, podem apresentar-se como totalmente digitais, impressos ou ambos. No caso de existirem ambos os suportes, o conteúdo do objeto impresso é, na maioria dos casos, colocado na plataforma digital correspondente, podendo o leitor escolher a opção mais adequada para si. Contudo, para que o jornal continue a ser um meio de comunicação financeiramente sustentável, poderão existir conteúdos exclusivos ao objeto impresso e ao objeto digital.

A evolução das tecnologias originou um conjunto de dispositivos com variados formatos, como computadores, *tablets* e telemóveis, obrigando as plataformas digitais a adaptarem o conteúdo aos tamanhos dos diversos ecrãs. Os jornais tiveram de transformar a estrutura de como são apresentadas as notícias, passando de um formato tipicamente vertical no objeto impresso para a pluralidade dos objetos digitais com formatos verticais e de tamanho reduzido nos *smartphones* e *tablets* e formatos horizontais nos ecrãs televisivos e computadores, tendo o jornal de criar uma plataforma que seja responsiva e que se adapte a estes. Segundo Amaral (2018, p. 113), esta adaptação aos formatos digitais leva à simplificação da informação, à perda de hierarquia, e consequentemente à dificuldade da contextualização e orientação do leitor.

Entre os suportes físicos e digitais existem elementos gráficos comuns, que permitem que a sua identidade seja reconhecida pelo leitor. É o caso da marca gráfica, da tipografia, da imagem, entre outros. Segundo Caldwell e Zappaterra (2014, p. 47), a primeira página ou capa de um jornal, quer seja impressa ou digital, deve manter “(...) uma imagem icônica forte e um género de capa que atraia o leitor (...)”, transmitindo a sua identidade. Num jornal impresso, a primeira página estabelece o primeiro contacto com o leitor e permanece sem qualquer alteração, enquanto que num jornal *online* não existe uma capa definida, é apresentada grande parte do conteúdo principal na primeira página ou *homepage* (Åkesson, Kautz e Eriksson, 2010, p. 2) e destacada a notícia do dia com um bloco de maiores dimensões, geralmente situado no início da *homepage*.

Do mesmo modo, é relevante ter em conta a experiência de leitura nos diferentes formatos (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 164). Além dos princípios base que são utilizados numa publicação impressa, aos meios de comunicação digitais acresce a interatividade.

Nos *websites* e aplicações foi necessário produzir outros elementos que permitissem a navegação do utilizador, como as barras de navegação, incluindo um menu que permitisse ao leitor aceder a secções sobre determinados temas, os botões de partilha, associados a outras redes sociais, com o intuito de partilhar o conteúdo e aumentar o número de leitores, os botões de subscrição, para que o leitor tenha acesso a conteúdos exclusivos, e zona de comentários, como um incentivo ao debate e discussão (Apfelbaum e Cezzar, 2014, pp. 36 e 37): “As barras de navegação são projetados para levar o leitor rapidamente ao que ele deseja ler, e as tags e guias no ecrã são projetadas para ajudá-lo a encontrar rapidamente mais informações sobre uma história ou assunto.”<sup>1</sup> (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 164).

As redes sociais são também plataformas que permitem a interação do leitor com o conteúdo. Estas geralmente são utilizadas como um meio de difusão de artigos, em forma de publicação. As imagens e textos, que num jornal impresso são estáticas, num jornal *online* podem ser um meio de interação, podendo, por exemplo, redirecionar o leitor para uma versão longa do artigo. Ou seja, num meio de comunicação *online* todos os elementos podem ser interativos.

Com os meios de comunicação *online*, um jornal impresso abre as suas portas para o universo do digital. Apesar da existência de jornais totalmente *online*, questiona-se o papel dos meios de comunicação *online*, a sua influência e de que forma complementam o jornal impresso, pois a sua forte presença no quotidiano da sociedade contribuiu para que estes se tornassem imprescindíveis.

## SÍNTESE CONCLUSIVA

Neste capítulo foram abordados importantes conhecimentos e conceitos base na área do design editorial que irão permitir o desenvolvimento e implementação do projeto prático. Foram elencadas as necessidades visuais de um objeto editorial, mais especificamente de um jornal, bem como a influência dos seus componentes na relação com o leitor e, naturalmente, na sua percepção do conteúdo. Através da abordagem realizada aos elementos gráficos e diagramáticos constituintes de um jornal impresso – formato, grelha, tipografia, imagem e cor –, compreendeu-se qual a sua função e o modo de os implementar no objeto de projeto. Compreendeu-se, ainda, o modo como transitaram para os meios de comunicação online, como os *websites*, aplicações e redes sociais, meios que podem complementar um jornal impresso abrangendo um maior número de leitores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

- ÅKESSON, Marie; KAUTZ, Karlheinz; ERIKSSON, Carina Ihlström — *Engaged Design Science: Developing Design Visions for the Future E-Newspaper*. St. Louis: [s.n.]
- ALVES, Cristiana Filipa Neto — **A Imprensa de Proximidade em Portugal: Estratégia Editorial do Papel às Redes Sociais**. Lisboa: NOVA — Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, abr. 2020 Tese de mestrado.
- APFELBAUM, Sue; CEZZAR, Juliette — **Designing the editorial experience: a primer for print, Web, and mobile**. Massachusetts: Rockport Publishers, 2014. ISBN 978-1-59253-895-9.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolonda — **Editorial design: digital and print**. London: Laurence King Publishing Ltd, 2014. ISBN 978-1-78067-164-2.
- DAMASCENO, Patrícia Lopes — **Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013 Tese de mestrado.
- DOŠEN, Đurđana Ozretić; BRKLJAČIĆ, Lidija — Key design elements of daily newspapers: Impact on the reader's perception and visual impression. **KOME**. ISSN 20637330. 6:2 (2018) 62–80.
- FRANCHI, Francesco — One Newspaper, Three Newspapers. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim : Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 242–243.
- FRASCARA, Jorge — **Communication Design: Principles, Methods and Practice**. New York: Allworth Press, 2004. ISBN 978-1-58115-365-1.
- FREIRE, Eduardo Nunes — O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital. **Revista Galáxia**. 18 (2009) 291–310.
- GARCIA, Mario R. — **Pure design**. Florida : Miller Media, 2002. ISBN 0-9724696-0-5.
- HARROWER, Tim; ELMAN, Julie M. — **The Newspaper Designer's Handbook**. 7.<sup>a</sup> ed. New York: McGraw-Hill, 2013. ISBN 978-0-07-351204-04.
- KEMPENAAR, Annet; BRINKHUIJSEN, Marlies; BRINK, Adri Van Den — The impact of regional designing: New perspectives for the Maastricht/Heerlen, Hasselt/Genk, Aachen and Liège (MHAL) Region. **Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science**. ISSN 2399-8083, 2399-8091. 46:2 (2019) 359–376. doi: 10.1177/2399808317715263.
- LUPTON, Ellen — **Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, & students**. 2.<sup>a</sup> ed. New York: Princeton Architectural Press, 2010. ISBN 978-1-56898-969-3.
- MACEDO, André — A Full Stop Is Everything. Or Why Designers Must Sometimes Take a Half-Step Back to Take Forward. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim: Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 142–143.
- MUNARI, Bruno — **Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica**. 2.<sup>a</sup> ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2016. ISBN 978-84-252-2785-1.

SANTOS, Rafael Weiblen —

**Desenho de Tipografia de Texto  
para Jornais.** Porto Alegre: Centro  
Universitário Ritter dos Reis, 2010

SOUSA, Jorge Pedro — **Elementos**

**de jornalismo impresso.** Porto:  
Universidade Fernando Pessoa, 2001

ÜBELE, Ludwig — Georg Salden.

**Baseline.** 63 (2017) 34–43.

ISSN 0954-9226.



## PARTE 2

# ENQUADRAMENTO PRÁTICO



Capítulo 4

# INVESTIGAÇÃO ATIVA



## NOTA INTRODUTÓRIA

O presente capítulo tem como propósito explicar as metodologias escolhidas para a investigação ativa deste projeto prático de mestrado. O estudo de casos foi a metodologia proposta para analisar objetos periódicos, como os jornais. Esta análise incidiu sobre as informações de catalogação, os meios de comunicação complementares, as temáticas, os elementos estruturantes, os elementos gráficos, bem como a história do periódico e a sua relação com o público-alvo. Este método é essencial para se compreender como estes componentes são aplicados nos jornais e de que modo moldam o seu conceito.

De modo a recolher informações que permitissem à investigadora conhecer profundamente as necessidades e rotinas do público-alvo e definir o conceito do projeto do jornal, foi também utilizada a metodologia do questionário exploratório.

## 1. ESTUDO DE CASOS

<sup>14</sup> TL: "(...) determine a problem, make initial hypotheses, conduct research through interviews, observations, and other forms of information gathering, revise hypotheses and theory, and tell a story."

Após a realização do enquadramento teórico, sentiu-se a necessidade de utilizar o método dos casos de estudo para analisar profundamente e comparar vários objetos que se enquadrem com o tipo de objeto de estudo – o jornal – contribuindo, assim, para identificar soluções que possam ser adaptadas ao projeto final. Os casos de estudo são muitas vezes utilizados pelos designers, pois apresentam um processo de análise semelhante ao processo de projeto, tendo de: "(...) determinar um problema, criar hipóteses iniciais, conduzir pesquisas por meio de entrevistas, observações e outras formas de obtenção de informações, rever hipóteses e teorias e contar uma história."<sup>1</sup> (Winter, 2008, pp. 36–40 *apud* Martin e Hanington, 2012, p. 28).

Para facilitar a escolha dos casos a estudar, foram definidos critérios de seleção que restringiram a amostra a um total de 6 jornais. Nestes critérios, decidiu-se que seria necessário analisar objetos por abrangência de comercialização, ou seja, jornais regionais, nacionais e internacionais. Para esta seleção também foram tidos em conta os prémios da categoria de design atribuídos e a sua presença desses jornais nos meios de comunicação digitais. Esta sectorização permitiu obter um variado leque de exemplos, sendo que escolhemos um maior número de objetos de nível regional por se aproximarem mais do objeto de estudo: *O Setubalense*, *Jornal de Leiria*, *El Periódico Extremadura*. A análise dos jornais do concelho de Mourão – *O Mouranense* e *Al'mogron* –, foi realizada no Capítulo 1 do enquadramento teórico e, por isso, tivemos como objetivo escolher jornais regionais de outras regiões e mesmo de outros países, como Espanha, de modo a analisar a sua relação com o seu território em termos de design editorial, identidade e valores. Não foram selecionados jornais das redondezas do concelho nem de outras zonas do Alentejo devido à fraca oferta de objetos que a investigadora considerasse relevantes em termos de design. A nível nacional, foram escolhidos os dois jornais mais conceituados do país, tanto a nível de conteúdo como de grafismo – o jornal *Público* e o jornal *Expresso*. O jornal *El país* foi o jornal internacional escolhido.

Para uma investigação concisa, definiu-se uma tabela síntese (Tabela 6) com um conjunto de parâmetros de análise que foram implementados nos periódicos escolhidos previamente, segundo os critérios de escolha mencionados. Dividiu-se a tabela em duas partes, a **Descrição** na qual pretendeu-se abordar informações de catalogação (nome, número da edição, data da edição analisada, local de edição, periodicidade, abrangência, número de páginas, idioma, preço, tiragem, ISSN, tag-line, atividade, autores e tipos de assinaturas), meios de comunicação complementares (plataformas digitais e suplementos físicos), temáticas (temática geral, tipos de texto jornalísticos, secções e anúncios publicitários), elementos estruturantes (formato, tipo de papel, impressão, encadernação e grelhas e margens) e elementos gráficos (tipográfica, paleta cromática, imagem e marca gráfica); e o **Contexto e Interpretação** onde pretende abordar os objetivos e valores, prémios do objeto, de que forma se promove e qual a relação com o local e com o público-alvo. Todas as tabelas de análise dos casos de estudo podem ser consultadas no apêndice.

Estes casos de estudo têm como principal intuito compreender que aspetos são necessários para o processo de criação do conceito de design de um jornal e quais as características diferenciadoras que contribuem para o projeto prático final.

<b>DESCRIÇÃO</b>		
<b>INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO</b>		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
N.º de Páginas	Idioma	Preço
Tiragem	ISNN	<i>Tag-line</i>
Atividade	Autores	Assinaturas
<b>MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMPLEMENTARES</b>		
Plataformas Digitais	Suplementos Físicos	
<b>ELEMENTOS ESTRUTURANTES</b>		
Formato	Tipo de Papel	
Impressão	Encadernação	
Grelhas e Margens		
<b>ELEMENTOS GRÁFICOS</b>		
Tipografia	Paleta Cromática	
Imagem (infografia, ilustração, fotografia)	Marca Gráfica	
<b>CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO</b>		
Objetivos e Valores	Prémios	
Promoção	Relação com o local e com o público-alvo	

**Tabela 6.** Tabela de análise dos casos de estudo. Fonte: Investigadora, 2022.

# 1.1

## ANÁLISE DE JORNAIS

### Jornais Internacionais

#### *El País*

Internacional | Espanha | Diário | Tabloide

18 de abril de 2022 + 04 de agosto de 2022

O *El País* (Figura 22 e 23) é um dos jornais espanhóis mais lidos a nível mundial, abrangendo para além de Espanha, países como México, Colômbia, Chile, Argentina e EUA, tendo tido a sua primeira edição publicada em 1976. Este periódico defende o jornalismo independente e a liberdade de expressão, oferecendo conteúdos de qualidade e rigorosos. Por ser um jornal diário, aborda temas do quotidiano e da sociedade de Espanha e do Mundo, desde política e economia à cultura e desporto.

Em 2015, teve o seu primeiro redesign. Esta alteração incidiu principalmente sobre os tipos de letra, passando da utilização do *Times New Roman*, para um tipo de letra serifado, *Majerit*, encomendado ao designer português Mário Feliciano e aplicado em conjunto com um tipo de letra sem serifas, *Benton Sans*, fonte inicialmente criada por Tobias Frere-Jones, em 1995, e mais tarde expandida por Cyrus Highsmith da fundição *Font Bureau*. A composição gráfica e a estrutura de secções do jornal (Figura 24 e 25) também sofreram alterações levando à configuração que apresenta nos dias de hoje. Esta evolução teve como principal objetivo acompanhar a evolução no setor do jornalismo digital que acontecia na época.

Através da análise de duas edições do jornal, percebeu-se que este assume um grafismo simples, mas eficaz, estabelecendo corretamente as hierarquias e distinguindo os diferentes conteúdos, como secções, temáticas, artigos de opinião, entre outros. Apresenta um formato tabloide com uma grelha de 5 colunas. A sua paleta cromática é bastante sóbria, utilizando o tom azul-escuro em detalhes, o que leva a imagem, principalmente a fotografia, a ser o foco de cor. A sua marca gráfica, devido aos longo dos anos de atividade, tornou-se numa marca de referência, estando presente em todos os seus objetos complementares. Para além do *website*, o *El País* utiliza as redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Youtube*. No *website*, tal como no jornal, apresenta um design bastante simples e intuitivo.

Figura 22. Primeira página da edição de 18 de abril de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.



INVESTIGAÇÃO ATIVA

CAPÍTULO 4

Maria João Jordão Nunes

Projeto Final de Mestrado

Figura 23. Primeira página da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.



# EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL

JUEVES 4 DE AGOSTO DE 2022 | AÑO XLVIII | Número 16.449 | EDICIÓN NACIONAL | Precio: 1,80 euros



**CLIMA** El agosto con menos agua embalsada del siglo XXI **P17**

**MOVILIDAD** Copenhague, paraíso de la bicicleta **P24 y 25**



## El PP jalea la resistencia al decreto de ahorro energético

**Dirigentes populares acusan a Sánchez de dictador y totalitario**

**El partido de Feijóo pide a gobiernos autonómicos del PSOE que rechacen el plan**

**Patxi López (PSOE): "Dar libertad para incumplir es dar impunidad para delinquir"**

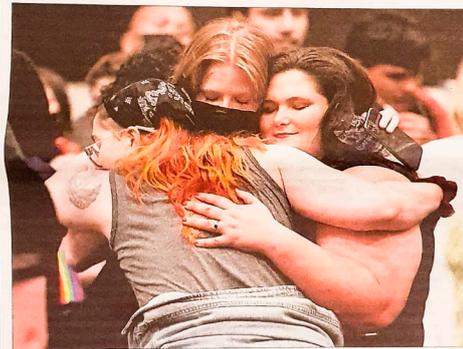
J. VÍDUEZ / N. JUNQUERA. Madrid El PP alentó ayer desde todos los frentes y con insultos graves al Gobierno su rechazo al decreto ley de medidas de ahorro energético en comercios, hoteles, estaciones de transportes y edificios públicos.

La presidenta madrileña, Isabel Díaz Ayuso, que anunció el día anterior que no aplicaría las medidas —aunque luego sus consuegros rectificaron esa posición—, acusó ayer al presidente Pedro Sánchez de totalitarismo. Su ataque contra unas medidas que apoyó hace 10 días Alberto Núñez Feijóo ha logrado desdibujar el perfil moderado del líder nacional del PP. El alcalde de Oviedo, Alfredo Canteli (PP), consideró que el decreto ley convierte a España en "una dictadura plena". Los líderes del PP en Baleares o Castilla-La Mancha pidieron a los gobiernos autonómicos socialistas que planten cara al Ejecutivo de Sánchez y se opongan al decreto ley.

El portavoz parlamentario del PSOE, Patxi López, avisó al PP: "No cumplir o dar libertad para cumplir o no este decreto es tanto como dar impunidad para cometer un delito. Por lo tanto, señor Feijóo, ponga orden". El Gobierno vasco, por su parte, anunció que aplicará su propio plan de ahorro. **PÁGINAS 12 Y 13**  
EDITORIAL EN LA PÁGINA 8

### El Supremo tendrá la última palabra sobre secretos oficiales

MIGUEL GONZÁLEZ. Madrid La Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Supremo tendrá la última palabra a la hora de decidir si el Gobierno está obligado a entregar a un juez o un particular un documento secreto, según establece el texto del anteproyecto de ley de información clasificada, que el lunes aprobó el Consejo de Ministros y al que ha tenido acceso EL PAÍS. **Página 14**



EVERETT NELSON (REUTERS)

### Kansas protege en las urnas el derecho al aborto

Los habitantes de Kansas votaron el martes a favor de proteger el derecho al aborto en su Estado. El resultado supone un enorme triunfo del movimiento que defiende el derecho de las mujeres a decidir en uno de esos lugares robusta-

mente conservadores de Estados Unidos. Un 60% se pronunció (con un 87% del voto escrutado) en contra de una iniciativa del Parlamento, de mayoría republicana, que pretendía añadir una enmienda a la Constitución. **Página 22**

### China avisa a Estados Unidos de que la visita de Pelosi es jugar con fuego

**Mensaje a Taiwán de la dirigente demócrata: "No os abandonaremos"**

INMA BONET. Pekín

Nancy Pelosi, presidenta de la Cámara de Representantes de Estados Unidos, enfatizó ayer ante la presidenta taiwanesa, Tsai Ing-wen, el compromiso de su país con la isla autoproclamada que China considera parte de su territorio: "Estados Unidos ha venido para dejar claro que no abandonaremos a Taiwán". El Gobierno chino convocó al embajador estadounidense en Pekín, Nicholas Burns, para protestar por la visita y advertirle de que su país "está jugando con fuego". **PÁGINAS 2 y 3**  
EDITORIAL EN LA PÁGINA 8

### Otra sentencia por conformidad libra de la cárcel a un violador

ISABEL VALDÉS. Madrid

Una nueva sentencia, en este caso de la Audiencia de Murcia, libra de la cárcel al autor de una violación como consecuencia de una conformidad entre las partes. El violador ha sido condenado solo al pago de las costas procesales además de 6.000 euros en indemnización por daños, la prohibición de acercarse a la víctima y cinco años de libertad vigilada en los que se compromete a no delinquir y cumplir con un programa de educación sexual. **Página 21**

CMF CONCERT MUSIC FESTIVAL 2022

14 AGOSTO

RAPHAEL

www.concerthmusicfestival.com

El avance se apoya en la inyección de una especie de supersangre sintética

### 'Resucitar' órganos de cerdos muertos

MIGUEL ÁNGEL CRIADO. Madrid Neurocientíficos y médicos de la Universidad de Yale (Estados Unidos) lograron en 2019 recuperar parte de las funciones del cerebro de un cerdo sacrificado cuatro horas antes en un matadero. Ahora, ese mismo grupo ha repetido el logro, pero en todos los órganos vitales de varios cerdos que lleva-

ban una hora muertos. La investigación, publicada en Nature, se apoya en un complejo sistema de inyección de una especie de supersangre sintética que revirtió la muerte celular. Este avance abre un nuevo camino para el trasplante de órganos, pero suscita nuevas preguntas sobre el momento de la muerte. **Página 23**

Figura 24. Exemplo de páginas interiores da edição de 18 de abril de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.

OPINIÓN

## El pulso por bajar la luz

Madrid y Lisboa garantizan el precio europeo a Francia si pueden reducirlo en la Península durante todo el año 2022

El pulso que España y Portugal mantienen con Francia en la frontera de la energía eléctrica en concreto la capacidad energética de la red de la Península, se ha convertido en un asunto de interés público. La capacidad eléctrica que tienen instalada en la red de la Península, el sistema eléctrico francés y el sistema eléctrico británico se ven afectados por el pulso que se produce en la frontera de la energía eléctrica. Este pulso se produce en la frontera de la energía eléctrica que tienen instalada en la red de la Península, el sistema eléctrico francés y el sistema eléctrico británico. Este pulso se produce en la frontera de la energía eléctrica que tienen instalada en la red de la Península, el sistema eléctrico francés y el sistema eléctrico británico.

Madrid y Lisboa garantizan el precio europeo a Francia si pueden reducirlo en la Península durante todo el año 2022

El pulso que España y Portugal mantienen con Francia en la frontera de la energía eléctrica en concreto la capacidad energética de la red de la Península, se ha convertido en un asunto de interés público. La capacidad eléctrica que tienen instalada en la red de la Península, el sistema eléctrico francés y el sistema eléctrico británico se ven afectados por el pulso que se produce en la frontera de la energía eléctrica. Este pulso se produce en la frontera de la energía eléctrica que tienen instalada en la red de la Península, el sistema eléctrico francés y el sistema eléctrico británico.

## La izquierda frente al apocalipsis

JUAN LUIS CEBRIAN — AL HILO DE LOS DÍAS

Si la socialdemocracia quiere recuperar el inmenso terreno perdido en el continente, debería aprender la lección portadora: la modernidad es la base del triunfo, y el reformismo es una manera de hacer la revolución

La izquierda frente al apocalipsis. Juan Luis Cebrian, al hilo de los días. Si la socialdemocracia quiere recuperar el inmenso terreno perdido en el continente, debería aprender la lección portadora: la modernidad es la base del triunfo, y el reformismo es una manera de hacer la revolución.

La izquierda frente al apocalipsis. Juan Luis Cebrian, al hilo de los días. Si la socialdemocracia quiere recuperar el inmenso terreno perdido en el continente, debería aprender la lección portadora: la modernidad es la base del triunfo, y el reformismo es una manera de hacer la revolución.

Projeto Final de Mestrado Maria João Jordão Nunes CAPÍTULO 4 INVESTIGAÇÃO ATIVA

EL PAÍS

## El fiscal pide archivar las muertes por amianto en el Metro de Madrid

La acusación concluye que la empresa actuó con "abuso de desprecio" a la seguridad de los trabajadores, pero no consigue atribuir los hechos a ningún cargo concreto

El fiscal pide archivar las muertes por amianto en el Metro de Madrid. La acusación concluye que la empresa actuó con "abuso de desprecio" a la seguridad de los trabajadores, pero no consigue atribuir los hechos a ningún cargo concreto.

El fiscal pide archivar las muertes por amianto en el Metro de Madrid. La acusación concluye que la empresa actuó con "abuso de desprecio" a la seguridad de los trabajadores, pero no consigue atribuir los hechos a ningún cargo concreto.

OPINIÓN

## El agosto con menos agua embalsada de este siglo

La reserva hídrica baja hasta un 15%, el estiaje de los embalses en España se normaliza este verano al disminuir el consumo y la evaporación natural

El agosto con menos agua embalsada de este siglo. La reserva hídrica baja hasta un 15%, el estiaje de los embalses en España se normaliza este verano al disminuir el consumo y la evaporación natural.

El agosto con menos agua embalsada de este siglo. La reserva hídrica baja hasta un 15%, el estiaje de los embalses en España se normaliza este verano al disminuir el consumo y la evaporación natural.

OPINIÓN

## La viuda de una víctima: "Ha habido dinero, no justicia"

El caso de una víctima de la crisis económica en España

La viuda de una víctima: "Ha habido dinero, no justicia". El caso de una víctima de la crisis económica en España.

La viuda de una víctima: "Ha habido dinero, no justicia". El caso de una víctima de la crisis económica en España.

Figura 25. Exemplo de páginas interiores da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 26. Exemplo de páginas interiores da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 27. Exemplo de páginas interiores da edição de 4 de agosto de 2022 do jornal El País. Fonte: Investigadora, 2022.

## Jornais Nacionais

### *Público*

Nacional | Portugal | Diário | Tabloide

13 de abril de 2022 + 30 de abril de 2022

O jornal *Público* (Figura 26 e 27) é um dos jornais mais conceituados de Portugal, estando ativo desde 1990. É um jornal que pretende produzir conteúdo de qualidade sobre temáticas variadas como economia, política, cultura, etc. É um jornal generalista que defende a liberdade de expressão, incentiva a criatividade do jornalista e pretende informar e desenvolver o intelecto da sociedade portuguesa. Tem um vasto currículo de prémios de design das mais prestigiadas associações, como, por exemplo, a medalha de prata na categoria “Redesenho” do prémio ÑH pelo redesign realizado por Mark Porter, recebida em 2005.

Por ser um jornal muito prestigiado, a marca gráfica do *Público* é considerada um selo de qualidade. Mark Porter assumiu a utilização da cor vermelha e definindo-a como “vermelho português”. Além disto, a marca foi desenhada de modo a ser versátil na aplicação aos diversos suplementos do jornal. É composta num estilo do tipo de letra encomendado especificamente para o jornal, *Publico* criado pela fundição Commercial Type. Este tipo de letra apresenta uma grande variedade de estilos, permitindo criar hierarquias na composição e diferenciar as secções e os tipos de artigos jornalísticos. De modo a complementar este tipo de letra, são ainda utilizados dois tipos de letra sem serifas, a *Giorgio Sans* e a *Graphik Sans*. Com a análise de duas edições do jornal, percebeu-se que a fotografia é um dos elementos mais presente na composição do jornal utilizando grande parte do espaço da página. Em relação à navegação no jornal, a indicação das secções, possibilita ao leitor a identificação das temáticas, sempre com a sua denominação no topo da página sob o fólio com a referência do nome do jornal, dia da semana, data e número de página. A colocação dos artigos de maior importância na zona mais à esquerda da página e os artigos de menor importância na zona mais à direita facilita o percurso de leitura da esquerda para a direita, tendo em atenção os focos principais do olhar

**Figura 26.** Primeira página da edição de 13 de abril de 2022 do jornal *Público*.  
Fonte: Investigadora, 2022.

Os direitos de propriedade intelectual de todos os conteúdos do Público – Comunicação Social S.A. são pertença do Público. Os conteúdos disponibilizados ao Utilizador assinante não poderão ser copiados, alterados ou distribuídos salvo com autorização expressa do Público – Comunicação Social, S.A.

BUNNYBET 150MIL RODADAS GRÁTIS DEIXA-TE LEVAR PELAS OFERTAS BETANO

**Abrir portas onde se erguem muros** Director: Manuel Carvalho Quarta-feira, 13 de Abril de 2022 • Ano XXXIII • n.º 11.672 • Edição Lisboa • Assinaturas 808 200 095 • 1,50€

**Público** **Arquitectura** Fundação Marques da Silva recebe arquivo de Nuno Portas **Cultura, 29**

**Liga dos Campeões** Benfica desafia lei das probabilidades no jogo de hoje frente ao Liverpool **Desporto, 36/37**

**Conferências do Nobel** As impressões da leitura de Saramago segundo Carlos Moedas e Alberto Manguel **Cultura, 28**

## Euribor já chegou a terreno positivo e vai acelerar nos próximos meses

Evolução da taxa vai agravar as prestações dos novos empréstimos e, de forma gradual, dos já existentes

A taxa Euribor a 12 meses entrou em terreno positivo – fixando-se ontem em 0,005% – depois de seis anos em valores negativos. No mercado interbancário, registou-se um salto de 35 pontos-base, que pôs a Euribor acima de zero, um cenário que até há poucos meses se apontava apenas para o final deste ano. A evolução recente da Euribor vai agravar as prestações dos novos empréstimos e, de forma gradual, dos empréstimos existentes que estão associados a estas taxas variáveis **Economia, 24**

### Orçamento 2022 Medo de espiral inflacionista condiciona proposta do Governo

O Governo deverá apresentar hoje um Orçamento do Estado para 2022 em que a margem para adaptar os salários dos funcionários públicos à subida da inflação é muito reduzida. E, assim, cada vez mais evidente que os funcionários públicos se preparam, se não houver lugar a actualizações salariais intercalares, para sofrer um golpe no seu poder de compra. Face à incerteza da conjuntura, hábito de ir além das metas do OE pode ser mais difícil de cumprir **Destaque, 2 a 7**

### Abusos sexuais Comissão refere indícios de encobrimento de bispos

Comissão que analisa abusos sexuais na Igreja registou 290 queixas. As vítimas são sobretudo homens, tal como os agressores **Sociedade, 19**

### Guerra na Ucrânia Putin não retira sem cumprir “objectivos” no Donbass

**Destaque, 8 a 11**

### Luís Montenegro “O meu passado chama-se Passos, o de António Costa, Sócrates”

Em entrevista ao PÚBLICO e Rádio Renascença, candidato à liderança do PSD fala da situação política e evita afrontar Rui Rio **Política, 16/17**

ISSN 0872-1548





do leitor (Figura 28 e 29). Os artigos de maior importância também se destacam devido à utilização de mais espaço na página e pelo facto de todos os elementos que o compõem serem de maiores dimensões.

O Público utiliza uma grelha composta por cinco colunas, sendo esta flexível. Utiliza um formato tabloide, o que permite ao leitor um fácil manuseamento do objeto impresso. Além do jornal, o Público tem ao longo do tempo apresentado um variado conjunto de suplementos, tendo atualmente 5 distribuídos a cada semana: *Imobiliário* à quarta-feira, *Ipsilon* à sexta-feira, *Fugas* ao sábado e *P2* ao domingo. Como objetos complementares, o Público apresenta também as plataformas digitais, como o *website* e as redes sociais.



## Expresso

Nacional | Portugal | Semanal | Berliner

14 de abril de 2022 + 15 de julho de 2022

O Jornal Expresso é também um dos jornais mais conceituados de Portugal. Foi fundado em 1973, o que o torna um dos jornais nacionais mais antigos ainda no ativo. Distingue-se por defender a liberdade de expressão, por oferecer jornalismo imparcial e por abordar uma grande diversidade de temáticas como cultura, política, desporto e economia. Tem sido premiado tanto pela sua qualidade gráfica como pela sua qualidade informativa, tendo ganho vários prémios da *European Newspaper Awards*, que destaca os jornais com melhor design na Europa. De facto, a sua marca gráfica tornou-se num símbolo de qualidade e confiança, identificada pelo tão conhecido logotipo no cabeçalho.

Sofreu um redesign em 2006, por Javier Errea, que encomendou a Mário Feliciano o tipo de letra Expresso, com uma versão com e sem serifas. Relativamente aos elementos estruturantes, o Jornal Expresso está disposto no formato Berliner e utiliza uma variação de grelha entre as cinco e as seis colunas, permitindo adaptar os conteúdos consoante a necessidade, criando dinamismo na composição. Por outro lado, este aspeto dificulta o ritmo de leitura quando a página é espelhada e o artigo tem seguimento da página da esquerda para a da direita. Nota-se também alguma variação do leque de utilização dos estilos na capa, sendo que, normalmente, o mesmo tipo de letra é utilizado nos títulos e no corpo de texto (Figura 30 e 31). O jornal tem como cor principal o azul-escuro (Figura 32 e 33) e apresenta uma grande variedade de imagens tratadas, de modo a se enquadrarem com a paleta de cromática da secção onde se inserem.

Figura 32. Primeira página da edição de 14 de abril de 2022 do jornal Expresso. Fonte: Investigadora, 2022.

European Newspaper AWARD  
NEWSPAPER DESIGN & CONCEPT  
"JORNAL EUROPEU DO ANO"  
02581  
340284 100102 9

GUIAS DA ÁGUA  
HOJE GRATIS  
RIOS E LAGOAS  
1º DE 6 GUIAS

idealista  
A app imobiliária líder em Portugal

14 de abril de 2022  
7581 • €4,50

**Expresso**

Fundador: Francisco Pinto Balsemão

Director: João Vieira Pereira  
Directores Adjuntos: Daniel Dinis, Marim Silva, Miguel Coimbra e Paulo Santos  
Director de Arte: Marco Graeco

www.expresso.pt

**24h**

**Zelensky na AR a 21**  
O Presidente da Ucrânia fala ao Parlamento português na próxima quinta-feira, numa sessão com a presença de Marcelo Rebelo de Sousa e António Costa. O PCP não confirma presença e os restantes partidos, embora apoiem a Ucrânia, dividem-se sobre como ajudar. p20

**Marcelo condecora Ferro Rodrigues**  
O Presidente da República vai condecorar Ferro Rodrigues com a grã-cruz da Ordem Militar de Cristo, que é costume atribuir aos ex-presidentes da AR.

**25 de Abril em São Bento**  
A residência oficial e os jardins do primeiro-ministro vão estar abertos para visita gratuita no dia 25 de Abril, a partir das 14h30. Ao longo da tarde estão previstas iniciativas culturais, com música, dança e atividades infantis. Ao fim da tarde há um concerto de Dino d'Santiago.

**Guterres alerta**  
Em artigo, o secretário-geral da ONU lembra que Ucrânia e Rússia fornecem um terço do trigo e cevada do planeta e que, com a guerra, "alguns países já estão a passar para uma situação de crise". p25

**Morreu Maldonado Gonelha**  
António Manuel Maldonado Gonelha faleceu esta quarta-feira, aos 86 anos. Foi ministro de vários governos de Mário Soares, deputado do PS e administrador de empresas como a EDP ou o Montepio.

**OE-2022**

**"Ter contas certas é uma política de esquerda"**

➔ Fernando Medina ao Expresso no dia do seu primeiro OE

➔ Promete contenção e diz que não é possível que todos os ministros fiquem satisfeitos p6

**PODER DE COMPRA NO ESTADO CAIU 13% DESDE 2010**

**O QUE MUDA NA VIDA DAS FAMÍLIAS E DAS EMPRESAS**

**HÁ ALÍVIO NO IRS... MAS É POUQUINHO**

**Nunca houve tão poucos candidatos a juiz**

Há dez anos havia três vezes mais candidatos à magistratura p14

**Sefarditas: denúncias de crimes no Porto**

Pagamentos paralelos, redes de falsificação e um segurança suspeito p16

**Moreira da Silva começa volta ao país**

Apoiantes de Montenegro preparam contra-ataque p12

**Padres suspeitos de abusos ainda em funções**

Sacerdotes terão sido protegidos por bispos também no ativo

O Ministério Público tem em mãos uma autêntica bomba-relógio espreitada pela Comissão Independente (CI) que está a recolher denúncias de abusos sexuais e pedofilia na Igreja algarvesa das 16 queixas que já se seguiram para a Justiça envolvem padres que ainda estão no ativo e que, graças a uma cultura de impunidade, foram protegidos por responsáveis da Igreja que continuam na hierarquia. "Há

**NÃO-BINÁRIOS**  
Exemplos de quem não se revê no limite do género p20

**60% dos casais não partilham licença parental**

**Onde os mísseis chovem a qualquer hora**

Mykolaiv, no Sul da Ucrânia, está em escombros, mas promete não abrir alas à tropa russa p4

A vida numa cidade ucraniana onde resta apenas 20% da população, zangada e cansada de correr para os abrigos sempre que os navios russos de guerra disparam. p24

**mantovani**  
Cozinha e Bistrot

www.mantovani.pt

HÁ **146** anos

A CUMPRIR A NOSSA MISSÃO COM PRESTÍGIO E PROPÓSITO RENOVADO

Caixa. Para todos e para cada um.

Caixa Geral de Depósitos, S.A. registada junto do Banco de Portugal sob o nº 95

Figura 33. Primeira página da edição de 15 de julho de 2022 do jornal Expresso. Fonte: Investigadora, 2022.



**European Newspaper Award 2022**  
"JORNAL EUROPEU DO ANO"

**PORTUGAL SECRETO GUIAS DE VERÃO HOJE GRÁTIS**  
SEXTO DE 7 GUIAS AÇORES

**idealista**  
A app imobiliária líder em Portugal

15 de julho de 2022  
2594\* €4,50

Fundador: Francisco Pinto Balsemão

Director: João Vileira Pereira  
Directores-Adjuntos: David Dinis, Martim Silva, Miguel Cadeite e Paula Santos  
Director de Arte: Marco Grieco

www.expresso.pt

# Expresso

## 24h

### Empresas acusadas de corrupção em Espanha ganham combate a fogos

Vencedor do concurso de €43 milhões da Força Aérea partilhou ganhos com o segundo classificado. Ambos estão envolvidos no **escândalo do cartel do fogo espanhol** 15

**Sousa Tavares em podcast**  
O colunista do Expresso já tem um podcast de optimismo. Todas as sextas-feiras ao início da tarde não perca "Miguel Sousa Tavares de Viva Voz". É sempre com um tema extra, improvisado, para descobrir na parte final.

**DIAS DE RISCO ELEVADO VÃO DUPLICAR NOS PRÓXIMOS ANOS** 100

**COSTA APOSTA NO DISCURSO DE RESPONSABILIZAÇÃO DE OUTROS** 76

**SIRESP VAI TER DE ESPERAR 10 ANOS PARA TER 56 A FUNCIONAR** 110

**RECORDE DE CALOR BATIDO EM 13 LOCALIDADES** 110

**JUDICIÁRIA TEM LISTA COM 700 INCENDIÁRIOS** 116

**PORQUE ARDE PORTUGAL? ESPECIALISTAS DIZEM QUE FICOU MUITO POR FAZER** 116

**Adiar aeroporto custa muito**  
A Confederação do Turismo de Portugal pediu à consultora EY um estudo sobre o custo de adiar a construção do novo aeroporto e concluiu que custará 65,8 mil milhões se se avançar já para uma solução e aumentará para 121,4 mil milhões se se esperar por Alcochete, que só estaria pronto em 2034.

**Costa e Montenegro adiam dossiês polémicos**  
Conversas sobre aeroporto podem demorar meses. Metadados adiados para setembro e revisão constitucional em 2023 114

**Convites secretos no PSD tiram votos à eleição do novo líder** 117

**Angola: todos disputam corpo do ex-Presidente**  
João Lourenço quer funeral de Estado para o antecessor, em Luanda. Família contesta, dividida em fações 124

**TdC quer saber quem decidiu perdas do NB**  
Tribunal de Contas pediu ao Novo Banco lista de responsáveis por operações ruinsas 112

**Henry Kissinger: "Temos tarefas incompatíveis no Ocidente"** 120

**Processos contra médicos parados na Ordem**  
Reclamações contra clínicos aumentaram 38% em quatro anos. Ordem tem 1733 processos pendentes 116

**Autorretrato de Van Gogh descoberto**  
Uma pintura, até agora desconhecida, de Vincent van Gogh (1853-1890) foi descoberta por especialistas das Galerias Nacionais da Escócia, com recurso a raios X. O autorretrato, coberto por cola e papelão, estava escondido no verso de outra obra do pintor holandês.

**Governo italiano cai por boicote do M5S**  
O governo de Mario Draghi em Itália caiu e o país deve ter eleições antecipadas no outono. O primeiro-ministro tinha como parceiro de coligação o movimento populista 5 Estrelas (M5S), mas este não apoiou o pacote de medidas para combater o aumento do preço dos combustíveis e alimentos, bem como o aumento das taxas de juro.



**"Estar próximo de tudo provoca um desgaste físico e psíquico brutal"**  
O podcast "Deixar o Mundo Melhor" foi palco de um reencontro único. A entrevista de Francisco Pinto Balsemão a Marcelo Rebelo de Sousa 118

FOTO: TRISTÃO MARINHA

**CAIXA INVEST GREEN LAND** Saiba mais em [cgd.pt](http://cgd.pt)

**Financie e transforme a sua empresa para a sustentabilidade ambiental.**

Caixa Geral de Depósitos, S.A. registada junto do Banco de Portugal sob o n.º 35.

Figura 34. Exemplo de páginas interiores da edição de 19 de abril de 2022 do jornal Setubalense. Fonte: Investigadora, 2022.

19 de Abril de 2022 | SETUBALENSE

# Setúbal

**ROYAL TELEVISION SOCIETY**



**INCIAITIVA ABRANCOU COM CARINHADA**  
**Bela Vista recebe conversa centrada nas questões inerentes aos bairros sociais**

Encontro inserido no ciclo destinado a preparar o novo espectáculo do Teatro Estúdio Fontenova "A flor das águas"

A Bela Vista foi a quinta comunidade do ciclo destinado a preparar o novo espectáculo do Teatro Estúdio Fontenova "A flor das águas". A iniciativa, inserida no ciclo destinado a preparar o novo espectáculo do Teatro Estúdio Fontenova "A flor das águas", reuniu os membros do colectivo "Conversa Flutuante" a partir de qual são discutidas as questões inerentes aos bairros sociais. O encontro, realizado no passado sábado, teve como local a casa de campo da Bela Vista, onde se realizou uma conversa com a actriz Maria Carolina Coelho, autora do espectáculo "A flor das águas".

**AMANHÃ PELAS 21 HORAS**  
**Pedro Jóia em concerto no Fórum Luísa Todi**

**António Ramos**

O virtuoso da guitarra de Pedro Jóia, nome maior da música portuguesa, vai encantar o Fórum Luísa Todi, em Setúbal, com um concerto que promete ser um dos mais emocionantes da temporada. Pedro Jóia, nascido em 1927, é um dos maiores guitarristas portugueses de todos os tempos. O seu estilo, marcado pela influência de Django Reinhardt, é reconhecido mundialmente.

**Diária Andréa Diniz, em representação do Grupo Desportivo "Os Amarelos", sagrou-se campeã no Campeonato de Pesca em Barco Pescado em Vila Verde, no dia 2 de Abril de 2022.**

**Atleta do GD "Os Amarelos" conquista ouro no Campeonato de Pesca em Barco Pescado**

A atleta Andréa Diniz, em representação do Grupo Desportivo "Os Amarelos", sagrou-se campeã no Campeonato de Pesca em Barco Pescado, realizado em Vila Verde, no dia 2 de Abril de 2022. A atleta conquistou o ouro com 10,5 kg de peixe.

**CASA DA CULTURA**  
**Sessa proporrá "viagem" pela música do Brasil**

O músico brasileiro Sessa, responsável pelo projecto musical "Brasil em Casa", vai apresentar um espectáculo que promete ser uma verdadeira viagem pela música do Brasil. O espectáculo, que se realizará no próximo mês de Maio, será dividido em duas partes: "Brasil em Casa" e "Brasil em Movimento".

**Projeto de Micaela Narciso Castanheira, intitulado "Para Reminiscência", galardão pela Royal Television Society**

Micaela Narciso Castanheira, autora do projecto "Para Reminiscência", recebeu o galardão de Melhor Trabalho em Vídeo, atribuído pela Royal Television Society. O projecto, que retrata a vida dos idosos, foi considerado uma obra-prima da televisão portuguesa.

**Projeto de Micaela Narciso Castanheira, intitulado "Para Reminiscência", galardão pela Royal Television Society**

Micaela Narciso Castanheira, autora do projecto "Para Reminiscência", recebeu o galardão de Melhor Trabalho em Vídeo, atribuído pela Royal Television Society. O projecto, que retrata a vida dos idosos, foi considerado uma obra-prima da televisão portuguesa.

**Projeto de Micaela Narciso Castanheira, intitulado "Para Reminiscência", galardão pela Royal Television Society**

Micaela Narciso Castanheira, autora do projecto "Para Reminiscência", recebeu o galardão de Melhor Trabalho em Vídeo, atribuído pela Royal Television Society. O projecto, que retrata a vida dos idosos, foi considerado uma obra-prima da televisão portuguesa.

20 de Setembro de 2022 | SETUBALENSE

# Região

**SESIMBRA**  
**Investimento de 800 mil euros para valorizar Lagoa de Albufeira**

Edilidade sesimbrense lançou concurso para engrandecer património costeiro de forma "ordenada e sustentável"

**Almada**  
**Município distingue melhores alunos com prémio**

A Câmara Municipal de Almada distinguiu os melhores alunos do ensino básico e secundário com o prémio "Melhores Alunos de Almada". O prémio, que é atribuído anualmente, reconhece o mérito e o empenho dos alunos que se destacaram no seu percurso académico.

**SEIXIMBA**  
**PJ detém homem por roubo agravado e posse de arma proibida**

A Polícia Judiciária (PJ) deteve um homem suspeito de roubo agravado e posse de arma proibida. O suspeito, de 35 anos, foi detido na freguesia de Seiximba, onde se encontrava a preparar para a fuga.

**SEIXIMBA**  
**Simone Frangos e Margarida Agostinho saudadas pelas vitórias**

Simone Frangos e Margarida Agostinho foram saudadas pelas suas vitórias no Campeonato de Pesca em Barco Pescado. As atletas, que representam o clube "Os Amarelos", conquistaram o ouro e a prata, respetivamente.

**SEIXIMBA**  
**Escassez de médicos e enfermeiros está relacionada com a falta de habitação**

A falta de habitação em Seiximba está relacionada com a escassez de médicos e enfermeiros. A situação, que tem vindo a agravar-se, resulta da falta de investimento em infraestruturas e da falta de políticas públicas para resolver o problema.

**SEIXIMBA**  
**Roteiros de proximidade: Socialistas falam em 40M€ para Saúde no Litoral Alentejano**

Os socialistas falam em 40 milhões de euros para melhorar a saúde no Litoral Alentejano. O plano, que inclui a criação de novos postos de trabalho e a melhoria das infraestruturas, é considerado essencial para garantir o acesso à saúde da população local.

**SEIXIMBA**  
**Município palmelense congratula ADREPS pelo 20.º aniversário**

O Município de Palmela congratula-se com a Associação Desportiva Recreativa e Cultural Palmense (ADREPS) pelo seu 20.º aniversário. A ADREPS, fundada em 1962, é uma das principais instituições desportivas da região.

**SEIXIMBA**  
**Gala de Natal**

A Gala de Natal do Centro Comunitário da União das Freguesias de Setúbal vai reunir milhares de pessoas para celebrar o Natal. O evento, que será realizado no próximo mês de Dezembro, inclui música, animação e convívio.

**SEIXIMBA**  
**"Bilha Solidária"**

A "Bilha Solidária" é uma iniciativa que visa apoiar a aquisição de gás para famílias em situação de vulnerabilidade. A iniciativa, que é organizada pelo Município de Seiximba, permite que as famílias possam adquirir gás a preços reduzidos.

**SEIXIMBA**  
**Apóio de 10€ após a aquisição de gás**

O Município de Seiximba oferece um apoio de 10 euros a famílias que adquiriram gás pela primeira vez. O apoio, que é atribuído imediatamente após a aquisição, visa ajudar as famílias a lidar com os custos adicionais.

Figura 35. Exemplo de páginas interiores da edição de 12 de dezembro de 2022 do jornal Setubalense. Fonte: Investigadora, 2022.

## Jornais Regionais

### *O Setubalense*

Regional | Portugal | Diário | Tabloide

19 de abril de 2022 + 12 de dezembro de 2022

O Jornal Setubalense, fundado no ano de 1885, tornou-se um símbolo histórico para região de Setúbal e dos concelhos adjacentes, mostrando nas suas edições temas relacionados com cultura, política e desporto, com o quotidiano do país e do mundo, mas principalmente das regiões que abarca. Apresenta como elemento gráfico uma onda que simboliza a cultura do distrito de Setúbal muito ligada à água. A sua paleta cromática remete para as cores da bandeira e do brasão do concelho – roxo e amarelo – presentes nos títulos, sublinhados, textos, cabeçalhos e outros elementos gráficos. As imagens tanto aparecem a cores como a preto e branco, dependendo de que lado da página se lê.

A marca gráfica é constituída pelo carácter “S” em maiúscula, composto numa fonte ou estilo diferente do nome *O Setubalense*, que se encontra por baixo, complementado com a indicação “Desde 1855”. É perceptível uma ligeira semelhança com a identidade do jornal Público, uma vez que Sónia Matos (Diretora de Arte do Público) foi também uma das responsáveis pelo redesign deste jornal regional. No interior do jornal (Figura 34 e 35), encontramos uma grelha regular de 5 colunas, que permite que o texto seja lido de forma rápida. Contudo, o cabeçalho do jornal não se encontra alinhado com a divisão das colunas das notícias. Observa-se também que o jornal apenas utiliza um tipo de letra neutro, da categoria transicionais sem serifas (de acordo com a classificação de Ellen Lupton). É utilizada no texto, nos títulos e na marca gráfica (Figura 36 e 37). Apresenta um espaço negativo aberto, o que facilita a legibilidade e permite que haja mais espaço branco na página.

Figura 36. Primeira página da edição de 19 de abril de 2022 do jornal *Setubalense*.  
Fonte: Investigadora, 2022.



**Funerária**  
**Armindo**  
SETUBAL

contactos: 800 217 217 / 265 525 515 / [www.funeraria-armindo.com](http://www.funeraria-armindo.com)

S

DESDE 1865

O SETUBALENSE

---

O SEU DIÁRIO DA REGIÃO

TERÇA-FEIRA, 19 DE ABRIL DE 2022  
PREÇO 0,80€ | N.º 830 | ANO V | 5.ª SÉRIE  
DIRECTOR FRANCISCO ALVES RITO

## Amora vai inaugurar novo Centro Náutico



Equipamento de 3,4 milhões é inaugurado segunda-feira p9



COMPRO OURO

P.º PINHAL NOVO  
Tel: 21 236 22 30 • Fax: 91 999 87 83  
C.º COMERCIAL P.º V.º 12 540 5400 000 971 • R. PACHECO ESTEVES DAS 29



**PALMELA**  
**'Eu Participo 2022' encerra hoje e amanhã com sessões na Marateca e Palmela p7**



**Realizadora setubalense premiada no País de Gales p4**



LUIS SOARES

915 199 207  
CONSULTOR AMBULATORIO  
HALL SERRAL  
VIA SERRA, 100 - 2100-001 SETUBAL



**PALMELA**  
**Jorge Palma e Paulo de Carvalho cantam 25 de Abril p6**

**ANEBOL**  
**Clube Naval Setubalense lidera 3.ª Divisão Nacional só com vitórias p15**



Comércio de Material de Canalização de Águas, Escofos, Indústria e Materiais Similares.

MULTICAMADA  
INOX  
GALVANIZADOS  
REGA / GÁS  
SPIRO  
CLIMATIZAÇÃO

PPR  
PVC'S  
PEAD  
VÁLVULAS  
HIDROSANITÁRIOS  
ELECTROBOMBAS

[h.correiaunipessoallda@hotmail.com](mailto:h.correiaunipessoallda@hotmail.com)  
Estrada dos Ciprestes, Nº 150  
2900-317 SETÚBAL  
Tel.: 265 546 260/58  
Fax: 265 546 259  
Tm.: 913 869 733

Figura 37. Primeira página da edição de 12 de dezembro de 2022 do jornal *Setubalense*.  
Fonte: Investigadora, 2022.


Funerária  
**Armindo**  
SETUBAL

contactos: 800 217 217 / 265 523 515 / www.funeraria - armindo.com

# S

DESDE 1855

## O SETUBALENSE

---

**O SEU DIÁRIO DA REGIÃO**

SEGUNDA-FEIRA, 12 DE DEZEMBRO DE 2022  
PREÇO 0,80€ | N.º 977 | ANO VI | 5.ª SÉRIE

DIRECTOR FRANCISCO ALVES RITO

## Estratégia para praias da Arrábida é exemplo para baías do mundo



Em congresso mundial no Camboja sobre abordagem sustentável p3

PUBLICIDADE

**CONSIT**

IT Business Consulting, Lda

Soluções de Gestão    Desenvolvimento  
Formação                    Consultoria

geral@consit.pt  
212 389 807

PUBLICIDADE

**hall**

CONSULTOR DO MÊS  
CONSULTOR DO MÊS  
CONSULTOR DO MÊS  
CONSULTOR DO MÊS  
CONSULTOR DO MÊS

**VÍTOR FORMAS**  
919 782 058  
CONSULTOR IMOBILIÁRIO  
HALL AZETIÃO

HORIZONTE IMMOBILIÁRIA, LDA | AMB 182081

**ESPECIAIS**

Porto de Setúbal comemora 99 anos p7 a 13  
Natal na região p14 a 17

**SESIMBRA**

Investimento de 800 mil euros para valorizar Lagoa de Albufeira p20

**Setúbal reforça apoios a cuidadores informais p5**



idealista

As melhores agências imobiliárias de Setúbal estão no idealista

Figura 38. Exemplo de páginas interiores da edição de 09 de junho de 2022 do Jornal de Leiria. Fonte: Investigadora, 2022.

30 Jornal de Leiria 23 de Junho de 2022

## Sociedade

**Atenção da**  
**Alameda da**

**Obra inaugurada no sábado, com presença da ministra da Agricultura**

**Mercedão de Leiria testemunha actividade toda este verão de obras**  
**Vendedores aplaudem obra, mas pedem mais espaço nas bancas**

**Maria Adelaide Silva**  
A obra, intitulada "Mercedão", "Mercedário" e "Mercedária", é uma homenagem ao Mercedário de Leiria, um dos mais importantes locais de culto do município. A obra, que tem uma área de 150 metros quadrados, foi inaugurada no sábado, com a presença da ministra da Agricultura, Maria da Antónia Costa. A obra, que tem uma área de 150 metros quadrados, foi inaugurada no sábado, com a presença da ministra da Agricultura, Maria da Antónia Costa.

**Intervenção em ma de Leiria de forma faseada**  
**Mouzinho de Albuquerque com obras a partir deste mês**

**Cláudio Costa**  
A intervenção em ma de Leiria será feita de forma faseada, com a primeira fase a ser realizada a partir deste mês. A obra, que tem uma área de 150 metros quadrados, foi inaugurada no sábado, com a presença da ministra da Agricultura, Maria da Antónia Costa.

30 Jornal de Leiria 23 de Junho de 2022

## Sociedade

**Concelho ainda tem dez localidades sem cobertura**  
**Novo protocolo para concluir rede de fibra óptica em Porto de Mós**

**Maria Adelaide Silva**  
A rede de fibra óptica em Porto de Mós ainda não está completa, com dez localidades sem cobertura. O concelho está a trabalhar num novo protocolo para concluir a rede de fibra óptica em Porto de Mós.

**Aumento de 20% face a 2019, ao da última edição**  
**Feira de Maio registou mais de 620 mil visitantes em 30 dias de evento**

**A Rita de Leiria**  
A feira de Maio registou um aumento de 20% face a 2019, com mais de 620 mil visitantes em 30 dias de evento. A feira, que teve lugar no Parque Municipal de Leiria, foi considerada um sucesso.

**Batalha**  
**Travada exploração nas pedreiras históricas**

**Comissão de Coordenação**  
A exploração das pedreiras históricas em Batalha está a ser travada. A comissão de coordenação está a trabalhar num plano para preservar estas áreas históricas.

**Marinha Grande**  
**Cerca de 130 mil pessoas visitaram Festas da Cidade**

**Cerca de 130 mil pessoas**  
As festas da cidade em Marinha Grande atraíram cerca de 130 mil visitantes. As festas, que tiveram lugar entre o fim de maio e o início de junho, foram consideradas um sucesso.

Figura 39. Exemplo de páginas interiores da edição de 23 de junho de 2022 do Jornal de Leiria. Fonte: Investigadora, 2022.

32 Jornal de Leiria 23 de Junho de 2022

## Sociedade

**Nazaré espera anos por avaliação do ICNF sobre Monte de São Bartolomeu**  
**Local de romaria, fauna e flora ímpar, continua por classificar**

**Daniela Franco Sousa**  
A classificação do Monte de São Bartolomeu como local de romaria, fauna e flora ímpar continua a ser uma prioridade para a Câmara Municipal de Nazaré. A Câmara Municipal de Nazaré está a trabalhar para a classificação deste local como um espaço natural protegido.

**Obra-Társio condicionado na Rua das Portas Verdes**  
**Alcochã Percurso pedestre em Terras de Cister**

**Alcochã**  
A Câmara Municipal de Alcochã está a trabalhar num percurso pedestre em Terras de Cister. O percurso, que terá uma extensão de 10 km, será inaugurado no próximo ano.

32 Jornal de Leiria 23 de Junho de 2022

## Sociedade

**Processo terá de respeitar muitas condições ambientais**  
**"Praia do Urso" vai ser a nova zona balnear de excelência de Pombal**

**Daniela Franco Sousa**  
O processo de classificação da "Praia do Urso" como zona balnear de excelência em Pombal terá de respeitar muitas condições ambientais. A Câmara Municipal de Pombal está a trabalhar para a classificação desta praia.

**Particípio com a Movijovem**  
**Jovens de Pombal ganham vantagens com cartão jovem**

**Partes da Vitória Caminhada para a educação ambiental**  
**Partes da Vitória Caminhada para a educação ambiental**

32 Jornal de Leiria 23 de Junho de 2022

## Sociedade

**Investimento superior a 8 milhões de euros**  
**Obras no IC2 facilitam trânsito na Benedita durante um mês**

**Investimento superior a 8 milhões de euros**  
O investimento superior a 8 milhões de euros para as obras no IC2 facilitará o trânsito na Benedita durante um mês. As obras, que começaram em junho, serão concluídas no próximo mês.

**Parcerias com a Movijovem**  
**Jovens de Pombal ganham vantagens com cartão jovem**

**Parcerias com a Movijovem**  
A Câmara Municipal de Pombal está a trabalhar em parceria com a Movijovem para oferecer vantagens aos jovens com o cartão jovem. O cartão jovem oferece vantagens em transportes públicos, cultura e lazer.



## *Jornal de Leiria*

Regional | Portugal | Semanal | Tabloide

09 de junho de 2022 + 23 de junho de 2022

No ativo desde 1984, graças a um grupo de estudantes do ensino secundário, o *Jornal de Leiria* toca em assuntos da atualidade do distrito de Leiria, como, por exemplo, cultura, política e desporto, tendo sido premiado pelo SND como o melhor design de jornal da Espanha e Portugal no ano de 2012 e 2013.

A marca gráfica do *Jornal de Leiria* destaca-se pela palavra “Jornal”, utilizando o resto do nome “de Leiria” em tamanho bastante mais reduzido por baixo. Esta marca utiliza uma fonte com serifas egípcias, de cor preta acompanhada por uma barra a azul por baixo. No interior do jornal (Figura 38 e 39), é utilizada uma grelha composta por 10 colunas, que permite maior flexibilidade na colocação do conteúdo na página. As margens exteriores de dois centímetros permitem que a página respire, enquanto a margem interna de um centímetro permite que o percurso de leitura dos artigos que frequentemente passam da página par para a ímpar, não seja interrompido. A paleta cromática tem como cor principal o azul-escuro, utilizado na marca gráfica (Figura 40 e 41), e como cor complementar o *bordeaux*. Além destas, é ainda utilizada a cor rosa para a diferenciação das secções posteriores. As fotografias são maioritariamente reproduzidas a cores.

**Figura 40.** Primeira página da edição de 09 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022.

**Jornal**  
DE LEIRIA

Semanário Regional  
Director de Mérito  
José Ribeiro Vieira  
Director  
Francisco Pedro  
Directora adjunta  
Raquel de Sousa Silva  
Ano XXXV  
Edição 1978  
Quinta-feira, 9 de Junho de 2022  
€1,20  
www.jornaldeleiria.pt

**PROD**  
SOFTWARE DE GESTÃO DA PRODUÇÃO

# Refugiados alvo de despejo para libertar casas para turismo

**Região** Retoma da actividade turística está a levar os proprietários de residências e alojamentos locais a pedir aos cidadãos ucranianos para deixarem as casas onde foram acolhidos **Pág. 13**

## Igrejas antigas transformadas em templos de cultura

Págs. 4/5

**Pedro Gaspar, ASAE**  
"Portugal é um país seguro do ponto de vista alimentar"  
Págs. 6/7

**Leiria**  
Bombeiros têm de devolver 231 mil euros ao Estado **Última**

**Vandalismo**  
Casa onde viveu Eça de Queirós é um perigo para a segurança **Pág. 9**

**Ensino, Emprego & Formação**  
Grátis nesta edição



Figura 41. Primeira página da edição de 23 de junho de 2022 do *Jornal de Leiria*. Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 42. Exemplo de páginas interiores da edição de 30 de junho de 2022 do jornal El Periódico. Fonte: Investigadora, 2022.

22 Provincia de Badajoz | Almendralejo

**INFRAESTRUCTURAS VIARIAS**

## Aprobado el proyecto para enlazar al completo la A-66 con el hospital

El plan se someterá a oposición pública en el BOE y costará 2,6 millones de euros

Decido hacer más las ambulancias han de rodear la ciudad para salir hacia Merida

El plan se someterá a oposición pública en el BOE y costará 2,6 millones de euros. Decido hacer más las ambulancias han de rodear la ciudad para salir hacia Merida.



**El objetivo era que no se eliminara el camino completo de la carretera de Alange para hacer el nuevo**

El proyecto de enlazar al completo la A-66 con el hospital de Almendralejo, que costará 2,6 millones de euros, se someterá a oposición pública en el BOE. El plan se someterá a oposición pública en el BOE y costará 2,6 millones de euros. Decido hacer más las ambulancias han de rodear la ciudad para salir hacia Merida.

Provincia de Badajoz

**SUBEROCK**

## SubeRock llega cargado de swing, punk, garage o rhythm and blues

Los Excitants, Pat Sodders y los Sinciders participarán en el 15 edición

Un grupo manchego y otros portugueses

El festival SubeRock llega cargado de swing, punk, garage o rhythm and blues. Los Excitants, Pat Sodders y los Sinciders participarán en el 15 edición. Un grupo manchego y otros portugueses.



**Desmantelada una plantación de marihuana con más de ocho kilos**

La Policía Nacional detuvo a dos personas por delitos contra la salud

Desmantelada una plantación de marihuana con más de ocho kilos. La Policía Nacional detuvo a dos personas por delitos contra la salud.

COMARCAS Y UNIDAS

## Sierra Suroeste y Turotuda crearán un plan turístico

Abordan la eficiencia en el Canal de Montijo

Sierra Suroeste y Turotuda crearán un plan turístico. Abordan la eficiencia en el Canal de Montijo.



18 Badajoz

**DETENIDOS POR LA GUARDIA CIVIL ALICANTE**

## A prisión por robar en casas de Elche, Badajoz y Murcia

Se han incautado hasta 70 objetos que se llevaron en sus alforjas

Los hermanos han ingresado en prisión por robar en casas de Elche, Badajoz y Murcia. Se han incautado hasta 70 objetos que se llevaron en sus alforjas.



**Detenido por calcar un vehículo en Las Vegas**

El presunto autor fue grabado arrojando líquido y prendiendo fuego al turismo

Detenido por calcar un vehículo en Las Vegas. El presunto autor fue grabado arrojando líquido y prendiendo fuego al turismo.



**Subirán reclama a la Junta más plazas para Badajoz**

Una nueva escuela profesional

Subirán reclama a la Junta más plazas para Badajoz. Una nueva escuela profesional.



Badajoz

**TIENE UN PRESUPUESTO DE MÁS DE UN MILLÓN DE EUROS, COMIENZA EN OCTUBRE Y SE PROLONGARÁ UN AÑO**

## 45 desempleados se formarán en una nueva escuela profesional

Se impartirán tres especialidades y los alumnos-trabajadores tendrán 750 € al mes

Realizarán labores prácticos en edificios deportivos

Se impartirán tres especialidades y los alumnos-trabajadores tendrán 750 € al mes. Realizarán labores prácticos en edificios deportivos.



**Subirán reclama a la Junta más plazas para Badajoz**

Una nueva escuela profesional

Subirán reclama a la Junta más plazas para Badajoz. Una nueva escuela profesional.



ORGANIZA SEOS

## Dos rutas recorrerán los enclaves de la masacre del 36

Se han incautado hasta 70 objetos que se llevaron en sus alforjas

Dos rutas recorrerán los enclaves de la masacre del 36. Se han incautado hasta 70 objetos que se llevaron en sus alforjas.



Figura 43. Exemplo de páginas interiores da edição de 04 de agosto de 2022 do jornal El Periódico. Fonte: Investigadora, 2022.

## *El Periódico Extremadura*

Regional | Espanha | Diário | Tabloide

30 de junho de 2022 + 04 de agosto de 2022

O jornal *El Periódico Extremadura* surgiu no ano 1923 e as suas temáticas debruçam-se sobre a atualidade da região da Extremadura espanhola, principalmente, a nível cultural, político e desportivo, mas também são apresentados alguns artigos de maior interesse sobre o país e o mundo. Este jornal pertence ao grupo Prensa Ibérica Media que gere grande parte dos jornais regionais de Espanha. A marca gráfica do jornal *El Periódico* é bastante simples. Utiliza um tipo de letra sem serifas sem nenhum símbolo associado, apresentando apenas a cor verde criando uma barra no topo da página.

O jornal *El Periódico Extremadura* utiliza maioritariamente uma grelha de cinco colunas com variações esporádicas em que aparece com quatro colunas (Figura 42 e 43). Não foi possível apurar quais os tipos de letra que o jornal *El Periódico* utiliza, mas, analisando identifica-se um tipo de letra serifado, da família egípcias, na mancha de texto e nos restantes elementos, como *leads*, legendas, títulos e, em alguns casos, um tipo de letra sem serifas. Para além disso, o jornal contém de forma alternada folhas impressas frente e verso apenas a preto. Em relação à utilização da imagem, usa maioritariamente a fotografia (Figura 44 e 45).

Figura 44. Primeira página da edição de 30 de junho de 2022 do jornal *El Periódico*.  
 Fonte: Investigadora, 2022.

1,70€ JUEVES 30 DE JUNIO DEL 2022
ANO XVII NUMERO 32837 DIFUSION CONTROLADA POR C.O.S.
www.elperiodicoextremadura.com
DIRECTOR ANTONIO CORDERO JAVIERA

# el Periódico

30  
jueves

EL COSTE DE LA VIDA SE ELEVA SOBREMNERA EN JUNIO
|| ECONOMIA  
• Páginas 30-31

## El IPC se desboca hasta el 10,2% pese a las ayudas de Sánchez

EL IPC GENERAL DESDE 1975

**El Gobierno** no logra frenar el avance de la inflación, que resulta la más alta en 37 años

**Expertos** desinflan el efecto de las medidas del Ejecutivo y apuestan por un pacto de rentas

Protesta: ayer, de ganaderos en la sesión plenaria del ayuntamiento de Cáceres.

**CUENTAS MUNICIPALES**

**Salaya** saca adelante el tercer presupuesto de la legislatura

CÁCERES • Página 6

---

**ENERGÍA ELÉCTRICA**

**Extremadura** crece un 55% en producción en renovables

EXTREMADURA • Página 6

---

**PLAN DEL AYUNTAMIENTO**

**Badajoz** quiere amortizar 20 plazas para pagar a la Policía

BADAJÓZ • Página 17

CUMBRE DE MADRID

### La OTAN señala a Rusia como su principal amenaza

La Alianza protegerá la «soberanía e integridad territorial» de Ceuta y Melilla

ESPAÑA • Páginas 26-28

COMPETENCIAS

### El Gobierno discrepa del decreto que limita los contratos a la baja en la región

Convoca la comisión bilateral para ver el texto

EXTREMADURA • Página 2

ALCÁNTARA

Lola Índigo

23 JUL

22.30 H.

ALCÁNTARA

(CÁCERES)

## «Nos quedamos en la calle»

Ganaderos de las tierras de la Fundación Valhondo protestan en el pleno municipal porque las fincas donde trabajan desde hace 50 años se subastan

CÁCERES • Página 9

INVESTIGAÇÃO ATIVA

CAPÍTULO 4

Maria João Jordão Nunes

Projeto Final de Mestrado

Figura 45. Primeira página da edição de 04 de agosto de 2022 do jornal *El Periódico*.  
Fonte: Investigadora, 2022.

1,70€ JUEVES 4 DE AGOSTO DEL 2022 AÑO XXXI NÚMERO 32872 www.elperiodicoextremadura.com EXTREMADURA DIRECTOR ANTONIO GÓZ DE HEREDIA

# el Periódico

Extremadura 4 jueves

LA CONSECUENCIAS EN LA REGIÓN DE LA CRISIS DEL KILOVATIO EXTREMADURA • Páginas 2 y 3

## Extremadura se prepara para el plan de ahorro energético

Desde el 9 de agosto los edificios de la Junta tendrán que limitar el aire acondicionado a 27° Hostelería y comercio lo miran con recelo: «En esta comunidad hay gran incidencia del calor»

Los actores Ángel Pardo y Carlos Sobera junto a la actriz Elisa Matilla en el Teatro Romano de Mérida.

### Vuelve la comedia

El Festival de Mérida acoge esta semana la obra 'Miles Gloriosus', el personaje más famoso de Plauto. Carlos Sobera interpreta a un supuesto macho alfa irresistible CULTURA • P. 40

TRIBUNALES

#### La Guardia Civil

recibió ayer a pie de avión a los dos detenidos por el robo de Atrio

Llegaron a Madrid en un vuelo comercial. Hoy declararán en Cáceres CÁCERES • Páginas 6 y 7

VIOLENCIA MACHISTA

#### La policía

teme que los pinchazos a las mujeres sea una ola de vandalismo

«Desviar el foco de las verdaderas sumisiones químicas es peligroso» SOCIEDAD • Página 37

NUEVA NORMATIVA

#### Más de 15.000

extremeños podrán obtener un título con su experiencia laboral

El proceso de acreditación estará abierto todo el año EXTREMADURA • Página 4

FÚTBOL FEMENINO



#### Badajoz: De la euforia al desánimo

Futbolistas de la sección disuelta del club dejan de jugar DEPORTES • Página 32

ALCÁNTARA

### Taburete

13 AGO 22:30 H.

ALCÁNTARA (CÁCERES)

## 1.2 ANÁLISE COMPARATIVA

Após a análise dos casos de estudo selecionados, foi importante concluir com uma breve comparação dos seis objetos estudados. Antes de mais, este método permitiu à investigadora recolher informações de vários jornais de níveis diferentes – um jornal internacional, *El País*, dois jornais nacionais, *Público* e *Expresso*, e três jornais regionais, *O Setubalense*, *Jornal de Leiria* e *El Periódico*. Escolheu-se um maior número de jornais regionais de modo a compreender e comparar com jornais que abrangem um território maior, como é o caso dos jornais nacionais e internacionais. A análise dos jornais regionais permitiu também compreender os tipos de conteúdos abordados, a sua estruturação editorial e os elementos gráficos necessários e mais comuns. No que diz respeito à periodicidade dos jornais analisados esta varia entre diária ou semanal. Relativamente ao custo dos objetos analisados, estes apresentam valores bastante semelhantes. O formato tabloide é o mais comum entre todos e todos os objetos analisados apresentam plataformas digitais em que o *website*, o *Facebook* e o *Instagram* são as mais presentes. Além disto, percebeu-se que, devido à utilização dos meios digitais, estes jornais têm maior oferta de serviços e de planos de subscrição. Estas plataformas permitem complementar o objeto impresso, contudo, é nos jornais de periodicidade mais alargada que se observa que os formatos digitais não se sobrepõem ao objeto impresso, enquanto nos jornais de periodicidade diária, o conteúdo do jornal impresso se torna obsoleto com maior rapidez. Os suplementos físicos são substanciais nos jornais internacionais e nacionais, pois por abrangerem mais território têm consequentemente maior número de leitores e, por isso, mais investimentos, possibilitando a criação de mais objetos complementares ao objeto principal. Na totalidade, os jornais apresentam uma vasta variedade conteúdos, sendo que os jornais regionais apresentam conteúdos mais específicos e relacionados com a região onde o seu público-alvo se insere.

Em relação aos elementos gráficos que constituem os jornais, observa-se, na generalidade dos objetos, a utilização de dois tipos de letra, um serifado e um não serifado, o que permite criar níveis hierárquicos na informação e também proporcionar uma melhor navegação ao longo do objeto. Em termos de imagem, um dos elementos com maior importância num jornal, destaca-se a utilização da fotografia. Nos jornais nacionais e internacionais, são também apresentadas também outras formas de imagem como a ilustração e a infografia. Nos jornais regionais, principalmente no jornal *O Setubalense*, existe um maior cuidado em transpor a identidade do local para o projeto editorial, como no caso da marca gráfica. Nos jornais nacionais e internacionais analisados, as marcas gráficas tornam-se símbolos de qualidade, que vão ao encontro dos valores de liberdade de expressão e de imprensa, bem como de isenção, rigor e imparcialidade que defendem.

## 2. QUESTIONÁRIO EXPLORATÓRIO

Para uma melhor contextualização do concelho de Mourão, definimos a utilização de uma metodologia não intervencionista de questionário na forma de inquérito exploratório. Este foi realizado por via online, através da partilha de um link com o formulário nas redes sociais individuais e do concelho, e por via presencial, através da disponibilização do questionário impresso na Biblioteca Municipal, de modo a abranger um variado leque de idades e possibilitar outro meio de resposta àqueles que não tivessem possibilidades e conhecimentos das tecnologias digitais e online dos dias de hoje. Este questionário tinha como intuito recolher dados do público-alvo, de modo a conhecer melhor as suas necessidades e a definir o conceito do projeto do jornal. Permitiu identificar as principais temáticas de interesse, a periodicidade preferencial e o preço que a população estaria disposta a pagar pelo objeto em questão.

Para integrar os inquiridos no contexto do inquérito é realizada uma breve descrição da investigação, explanando o seu propósito e, principalmente, restringindo a participação apenas à população residente e/ou migrante do concelho de Mourão. Além disto, assegura-se que as informações pessoais dos inquiridos não serão divulgadas e indica-se uma estimativa do tempo necessário para responder.

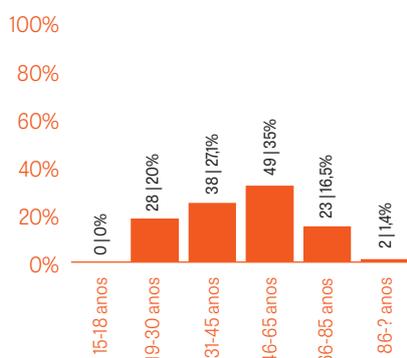
A iniciar o inquérito, existe um conjunto de questões que definem o tipo de inquirido por idade e local de residência, permitindo compreender a existência de público-alvo fora do território de implementação do projeto. Ademais, este inquérito possibilita a complementação do enquadramento teórico no que diz respeito às saídas do concelho, às suas causas e aos meios de os migrantes se manterem em contacto com a região. Posteriormente, são realizadas questões direcionadas para o objeto de estudo, o jornal, de modo a recolher informações sobre os hábitos de leitura da população, da sua ligação com os antigos jornais do concelho e as suas necessidades e expectativas sobre o novo objeto. Ao longo de todo o inquérito, existem questões de carácter aberto, de modo a dar a possibilidade aos inquiridos de respon-

derem livremente sem influência das hipóteses de resposta colocadas. Contudo, grande maioria das questões fechadas são questões de escolha múltipla e dicotómicas.

Neste inquérito, houve na totalidade 140 participantes, tendo 106 participado *online* (através do Google Formulários partilhado nos meios de comunicação digitais do concelho de Mourão), e 34 participado via presencial na Biblioteca Municipal.

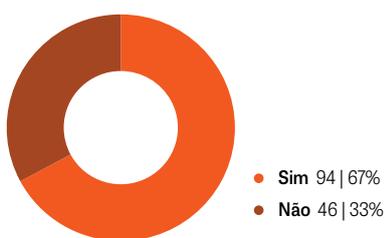
## 2.1 ANÁLISE DOS DADOS

Após o encerramento das respostas ao inquérito online e presencial, foi iniciada a análise dos dados recolhidos através das 140 respostas. Estes dados foram essenciais para a perceção dos hábitos, costumes e necessidades do público-alvo do projeto.



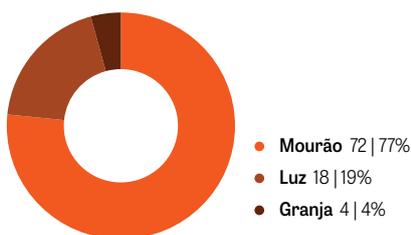
**Gráfico 9.** Faixas etárias dos inquiridos.

Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 10.** Número de inquiridos residentes e migrantes do concelho de Mourão.

Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 11.** Número de inquiridos residentes por freguesia do concelho de Mourão.

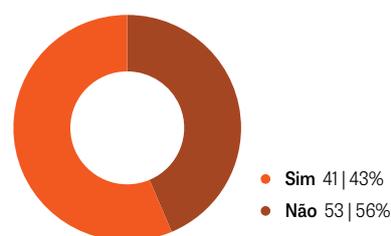
Fonte: Investigadora, 2022.

Para dar início ao questionário por inquérito, foram realizadas questões de identificação e classificação do sujeito, iniciando com a questão relacionada com a faixa etária, que nos indica que a maioria dos participantes tem idades compreendidas entre os 46 e 65 anos de idade (49 respostas, 35%). Segue-se-lhe a faixa etária entre os 31 e 45 anos de idade (38 respostas, 27,1%), a faixa etária entre 19 e 30 anos (28 respostas, 20%) e a faixa etária entre 66 e 85 anos (23 respostas, 16,4%). Com uma disparidade em comparação com as faixas etárias abordadas estão as faixas etárias dos extremos, a faixa etária dos maiores de 86 anos (2 respostas, 1,4%) e a faixa etária dos 15 aos 18 anos (0 respostas, 0%) (Gráfico 9). Apesar de se verificar alguma disparidade, considera-se que com a diversidade das respostas, o inquérito permanece credível para a investigação.

Para determinar a importância do projeto para as comunidades migrantes do concelho de Mourão, realizaram-se algumas questões relativas ao local de residência dos inquiridos, tendo 94 inquiridos (67%) respondido que viviam atualmente no concelho de Mourão e os restantes fora do concelho (46 respostas, 33%) (Gráfico 10). Dos inquiridos que residem no concelho, a maioria pertence à freguesia de Mourão (72 respostas, 77%), seguindo-se a freguesia da Luz (18 respostas, 19%), e com o menor número de inquiridos, a freguesia da Granja (4 respostas, 4%) (Gráfico 11). Dos inquiridos que não residem atualmente no concelho de Mourão, destaca-se a zona de Évora (6 respostas, 11%) e Reguengos de Monsaraz (4 respostas, 9%), seguindo-se a zona de Lisboa (4 respostas, 9%) e arredores (Póvoa de Santa Iria – 3 respostas, 7%; Cascais – 3 respostas, 7%; Oeiras – 1 resposta, 2%; Amadora – 1 resposta, 2%; Agualva-Cacém – 1 resposta, 2%; Rio de Mouro – 1 resposta, 2%; Mem Martins – 1 resposta, 2%; Sintra – 2 respostas, 4%),

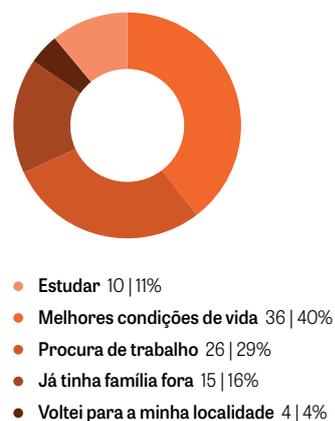
a zona da Margem Sul (Almada – 5 respostas, 11%; Alcochete – 1 resposta, 2%; Corroios – 1 resposta, 2%; Setúbal – 1 resposta, 2%), na região norte, Lousada (1 resposta, 2%), e na região do Algarve, Albufeira (1 resposta, 2%) e Faro (1 resposta, 2%). Fora de Portugal houve a resposta de um município da região de Madrid, Espanha, Villaviciosa de Odón (1 resposta, 2%), e dos seguintes países: Luxemburgo (2 respostas, 4%), Reino Unido (1 resposta, 2%) e França (1 resposta, 2%). Dos 94 inquiridos que residem atualmente no concelho, 53 nunca residiram fora do concelho de Mourão no passado, mas 41 sujeitos já residiram (Gráfico 12), destacando a zona de Évora (8 respostas, 16%) e arredores (Reguengos de Monsaraz – 5 respostas, 10%; Monsaraz – 3 respostas, 6%; Amareleja – 2 respostas, 4%; Moura – 1 resposta, 2%; Vila Viçosa – 1 resposta, 2%), seguindo-se a zona de Lisboa (6 respostas, 13%) e arredores (Aigualva-Cacém – 2 respostas, 4%; Amadora – 1 resposta, 2%; Carregado – 1 resposta, 2%), a zona da Margem Sul (Montijo – 2 respostas, 4%; Setúbal – 2 respostas, 4%; Barreiro – 1 resposta, 2%; Almada – 1 resposta, 2%; Charneca da Caparica – 1 resposta, 2%). Houve também referência a Faro (1 resposta, 2%), Beja (1 resposta, 2%) e a Ponta Delgada (1 resposta, 2%). Fora de Portugal, foram enunciados os seguintes países: Suíça (3 resposta, 6%), Reino Unido (2 respostas, 4%), França (1 resposta, 2%) e Angola (1 resposta, 2%).

Com esta recolha e com a contextualização realizada no primeiro capítulo, conclui-se que a população de Mourão tem tendência a migrar para zonas mais urbanas de Portugal, como os arredores de Lisboa, com o intuito de obter maior oferta laboral e melhores condições de vida, tendo a próxima pergunta o intuito de reforçar esta ideia: “Para quem reside ou residiu FORA do concelho de Mourão, quais as suas razões de saída?”. E nesta pergunta, responderam 91 sujeitos que, na sua maioria escolheram a opção de “Melhores condições de vida” (36 respostas, 40%) e a “Procura de trabalho” (26 respostas, 29%), como principais razões. Outras razões passam por “Já tinha família fora” (15 respostas, 16%), “Estudar” (10 respostas, 11%) e “Voltei para a minha localidade” (4 respostas, 4%), sendo a última um indicador de entrada de pessoas no concelho (Gráfico 13).



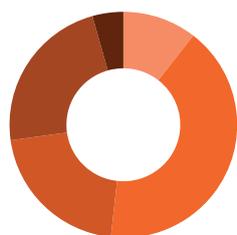
**Gráfico 12.** Número de inquiridos residentes do concelho de Mourão que já migraram no passado.

Fonte: Investigadora, 2022.



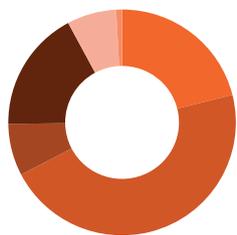
**Gráfico 13.** Principais razões de saída dos inquiridos do concelho de Mourão.

Fonte: Investigadora, 2022.



- Contacto com a família 12 | 11%
- Frequência na visita ao local 47 | 41%
- Meios de comunicação digitais e redes sociais 24 | 21%
- Antigos jornais regionais 26 | 23%
- Emprego 5 | 4%

**Gráfico 14.** Principais meios de ligação dos inquiridos ao concelho de Mourão.  
Fonte: Investigadora, 2022.



- Não visito 17 | 7%
- Não tinha conhecimento da sua existência 2 | 1%
- Instagram 51 | 21%
- Facebook 112 | 46%
- Website das freguesias 18 | 7%
- Website do concelho 42 | 17%

**Gráfico 15.** Frequência dos inquiridos na visita aos meios de comunicação digitais e às redes sociais do concelho de Mourão.  
Fonte: Investigadora, 2022.

Para compreender de que forma é que os inquiridos migrantes se mantiveram conectados com o concelho de Mourão, foi realizada uma questão na qual os inquiridos referiram a “Frequência na visita ao local” como o principal meio de se manterem ligados (47 respostas, 41%), seguindo-lhe os “Antigos jornais regionais do concelho” (26 respostas, 23%) e os “Meios de comunicação digitais e redes sociais do concelho” (24 respostas, 21%). Com menor menção está o “Contacto com a família” (12 respostas, 11%) e o “Emprego” (5 respostas, 4%) (Gráfico 14).

Relativamente aos meios de comunicação digitais do concelho, foi necessário entender qual o seu papel no quotidiano da população e quais são mais visitados (Gráfico 15), estando o Facebook no topo (112 respostas, 46%), de seguida o Instagram (51 respostas, 21%), e por fim o website do concelho (42 respostas, 17%). Com menos frequência de visita estão os websites das freguesias (18 respostas, 7%). Dos inquiridos, 17 (7%) não visitam meios de comunicação digitais do concelho e 2 (1%) não tinham conhecimento da sua existência. Destes meios, os conteúdos de maior interesse passam pela procura das últimas notícias sobre o concelho (117 respostas, 49%), eventos e festividades (87 respostas, 37%) e com menor procura os locais turísticos e culturais (34 respostas, 14%).

Para compreender a ligação dos inquiridos que residem ou residiram fora com o concelho de Mourão pretendeu-se recolher dados sobre a sua rotina de retorno ao concelho (Gráfico 16), sendo que a grande maioria dos inquiridos revisitava o concelho de 15 em 15 dias (18 respostas, 21%), 1 vez por mês (14 respostas, 17%) e 1 vez a cada 6 meses (14 respostas, 17%). Também se refere a visita ao concelho 1 vez a cada 3 meses (10 respostas, 12%), 1 vez por ano (9 respostas, 11%), 1 vez a cada 2 meses (8 respostas, 10%) e 1 vez por semana (7 respostas, 8%). Dos restantes inquiridos, verificou-se a resposta de revisita do concelho diariamente (4 respostas, 5%), devido ao fato de a atividade laboral ser desempenhada no concelho. Alguns dos inquiridos que não residem ou não residiram no passado não responderam, pois, o concelho de Mourão não é a sua localidade natal. Ainda sobre a dinâmica migratória do concelho de

Mourão, obtiveram-se dados da amostra acerca das pretensões de retorno definitivo dos inquiridos que não residem atualmente no concelho, concluindo que as opiniões estão divididas por uma margem mínima (Sim – 21 respostas, 46%; Não – 25 respostas, 54%) (Gráfico 17). Dentro dos que pretendem regressar, grande parte não tem uma previsão definida (16 respostas, 76%). Os que têm referem um prazo de 2 anos (3 respostas, 14%) e 5 anos (2 respostas, 10%) (Gráfico 18).

A segunda parte do inquérito foi direcionada especificamente para os hábitos de leitura de jornais e para as necessidades e especificações que se consideram pertinentes para o hipotético novo jornal regional de Mourão.

Apenas 52 (37%) sujeitos responderam que liam jornais impressos, sendo que a grande maioria não tem esse hábito (88 respostas, 63%) (Gráfico 19). Dos leitores de jornais impressos, 20 respostas (28%) referiram o jornal *Expresso* e 19 respostas (26%) o jornal *Correio da Manhã* como o jornal que leem maior número de vezes, mas também indicaram jornais como o *Público* (8 respostas, 11%), *Jornal de Notícias* (2 respostas, 3%), *Diário de Notícias* (1 respostas, 1%), *El país* (1 respostas, 1%), *Tal e Qual* (1 respostas, 1%), no âmbito dos jornais generalistas. E indicaram o jornal regional *Diário de Sul* (1 respostas, 1%), jornais desportivos (2 respostas, 3%), como *A Bola* (4 respostas, 6%) e jornais económicos (2 respostas, 3%). Houve também uma porção dos sujeitos inquiridos que não especificou qualquer periódico (10 respostas, 14%).

A leitura de jornais online teve uma discrepância diminuta nas suas respostas, contudo a não leitura predomina (Sim – 68 respostas, 49%; Não – 72 respostas, 51%) (Gráfico 20). De entre os sujeitos que leem jornais online, o jornal *Expresso* foi o mais referido (26 respostas, 24%), seguindo-lhe o *Público* (17 respostas, 15%), o *Observador* (12 respostas, 11%), o *Correio da Manhã* (9 respostas, 8%), *A Bola* (7 respostas, 6%) e o *Diário de Notícias* (6 respostas, 5%). Outros com menos respostas são: *Eco* (4 respostas, 4%), *Record* (2 respostas, 2%), *O Jogo* (1 respostas, 1%), *Odigital.pt* (1 respostas, 1%), *Sol* (1 respostas, 1%), *I* (1 respostas, 1%).

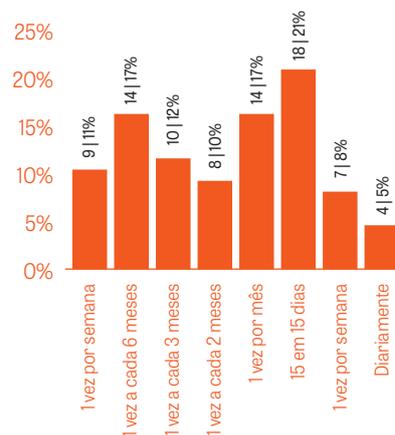


Gráfico 16. Número de vezes, em média, dos inquiridos que residem ou residiram FORA do concelho de Mourão retornam ou retornavam em visita ao concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.

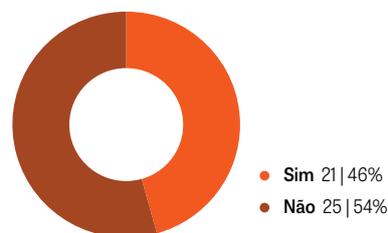
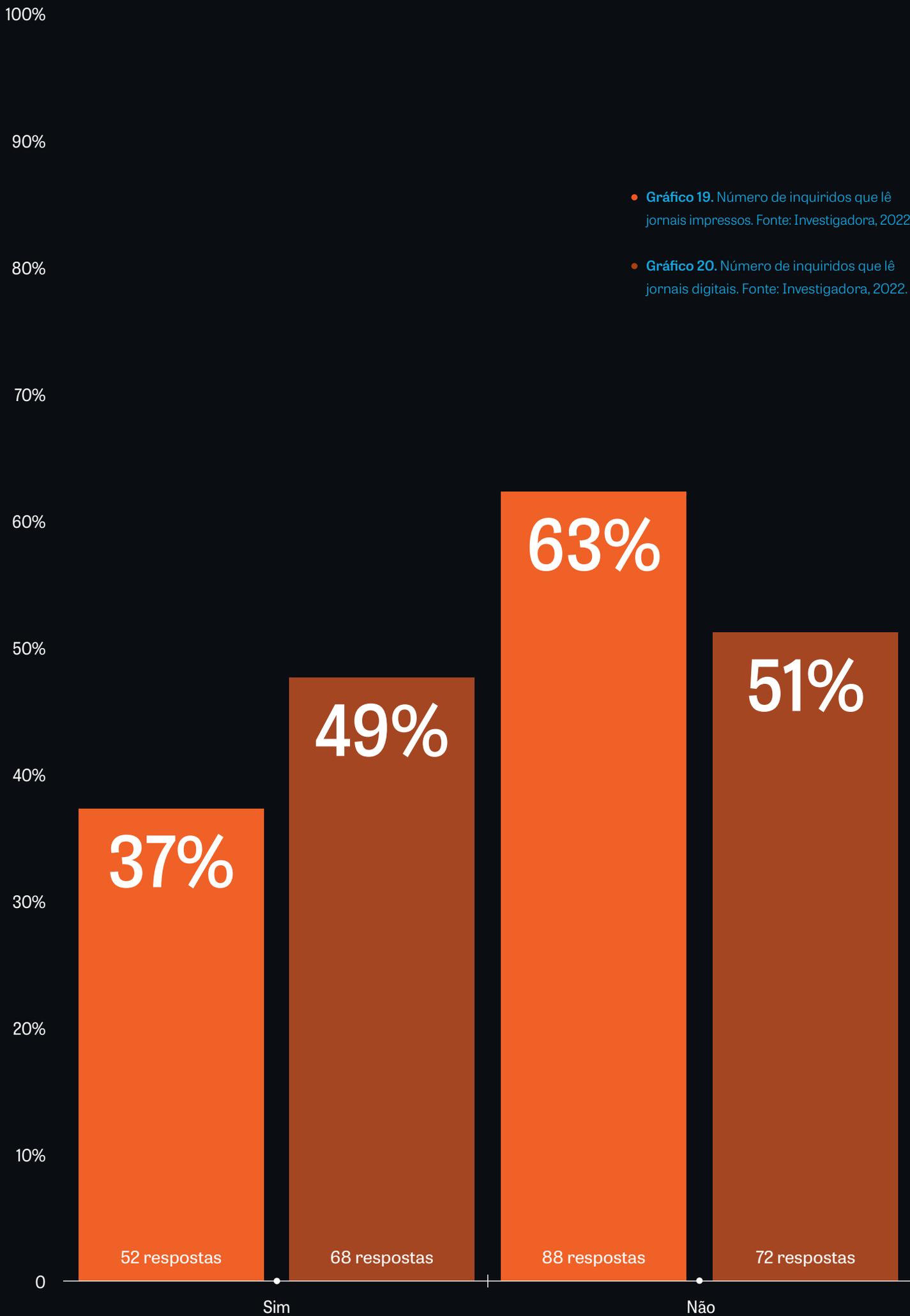


Gráfico 17. Número de inquiridos que não residem no concelho de Mourão e querem retornar definitivamente. Fonte: Investigadora, 2022.



Gráfico 18. Previsão de retorno dos inquiridos que não residem no concelho de Mourão e querem retornar definitivamente. Fonte: Investigadora, 2022.



• Gráfico 19. Número de inquiridos que lê jornais impressos. Fonte: Investigadora, 2022.

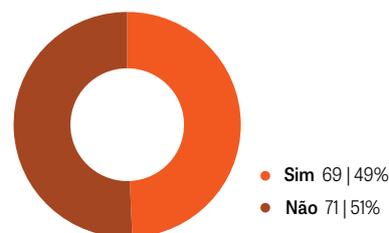
• Gráfico 20. Número de inquiridos que lê jornais digitais. Fonte: Investigadora, 2022.

Também houve a referência por temáticas e suportes: desportivos (5 respostas, 5%), económicos (1 respostas, 1%), televisivos (1 respostas, 1%) e por via das redes sociais (2 respostas, 2%). Sem especificação de qualquer periódico, houve um total de 14 respostas (13%).

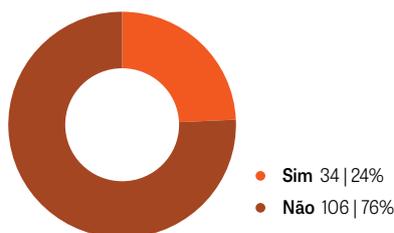
Passando a questões mais específicas, da amostra do inquérito apenas 49% (69 respostas) dos sujeitos responderam ter subscrição nos jornais – O Mouranense e Al'mogron – (Gráfico 21) e 24% (34 respostas) respondeu comprar o jornal Al'mogron avulso (Gráfico 22). Dos que adquiriam os jornais, indicaram que a principal razão foi para estarem informados sobre o concelho (76 respostas, 49%). Outras razões consistiam em apoiar a igreja através do jornal O Mouranense (47 respostas, 33%) e se sentir conectado com o local (33 respostas, 21%).

Com as perguntas seguintes, de resposta livre, é perceptível que grande maioria dos inquiridos tinha conhecimento dos jornais do concelho, sendo que dos 98, 90 (92%) gostavam dos conteúdos apresentados (Gráfico 23). Nas seguintes três questões, onde responderam a totalidade dos inquiridos, 81% (114 respostas) indica sentir saudades dos objetos de informação do concelho de Mourão (Gráfico 24), 83% (116 respostas) indica sentir a falta de algum tipo de objeto que permita a difusão das notícias do concelho (Gráfico 25) e 94% (131 respostas) concorda que a criação de um jornal ou suplemento ajudaria na conexão e proximidade dos residentes e migrantes com o local (Gráfico 26).

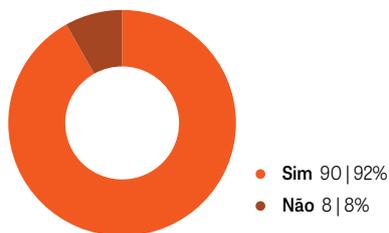
Por fim, foram formuladas questões com o intuito de obter informações que permitam a concretização do hipotético novo jornal do concelho de Mourão. Sobre a periodicidade, a generalidade dos inquiridos selecionou a periodicidade mensal como a mais adequada (124 respostas, 88%), seguindo-se-lhe a periodicidade semanal (13 respostas, 9%). No que diz respeito às temáticas a abordar no objeto de projeto existe um elevado interesse acerca das festividades e eventos (125 respostas, 12%), da história da terra (121 respostas, 12%), dos eventos culturais (120 respostas, 12%), da gastronomia (114 respostas, 11%),



**Gráfico 21.** Número de inquiridos com subscrição nos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 22.** Número de inquiridos que comprou o jornal Al'mogron avulso. Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 23.** Número de inquiridos que gostava dos conteúdos apresentados nos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.



- Sim
- Não

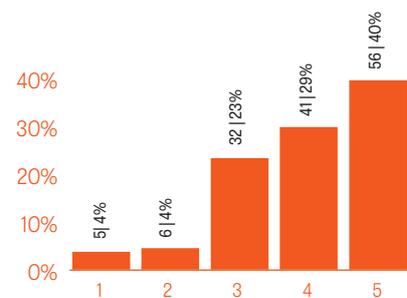
**Gráfico 24.** Número de inquiridos que sente saudades dos jornais regionais do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.

**Gráfico 25.** Número de inquiridos que sente a falta de algum tipo de objeto que permita a difusão das notícias do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.

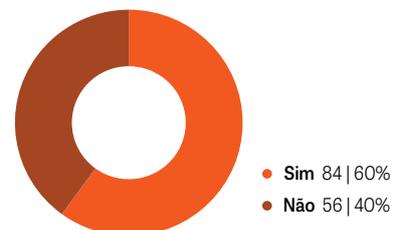
**Gráfico 26.** Número de inquiridos que acha que a criação de um jornal ou suplemento ajudaria na conexão e proximidade dos residentes e migrantes com o concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.

dos locais turísticos e culturais a visitar (109 respostas, 11%) e acerca de acontecimentos quotidianos (100 respostas, 10%). Foi também importante obter dados sobre os anúncios publicitários dos negócios locais. Através de uma escala de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante), a grande maioria dos sujeitos (56 respostas, 40%) selecionou a opção 5 (Gráfico 27). Para que possa existir maior diversidade de conteúdos, perguntou-se aos inquiridos se teriam interesse em ler notícias de concelhos das proximidades, levando a 60% (84 respostas) a concordarem com a iniciativa (Gráfico 28). Em relação ao preço do pressuposto jornal, os valores mais vezes indicados foram 1,5€ (51 respostas, 34%) e 2€ (56 respostas, 37%) (Gráfico 29).

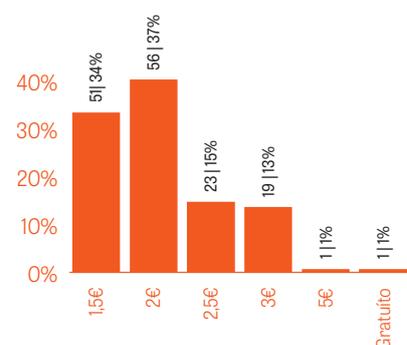
Para concluir o questionário, quisemos perceber qual o nível de interesse dos sujeitos, perguntando se fariam uma subscrição anual do jornal. 88% (123 respostas) referiu que sim, mesmo sem ter uma ideia de como este virá a ser e que conteúdos irá apresentar, levando a entender que o concelho de Mourão tem uma comunidade que apoia os projetos locais.



**Gráfico 27.** Importância da colocação de anúncios publicitários dos negócios locais no hipotético jornal do concelho de Mourão. Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 28.** Número de inquiridos que gostaria que o hipotético novo jornal abrangesse outros concelhos além do concelho de Mourão, transmitindo notícias de zonas limítrofes, como por exemplo, Monsaraz, Amareleja, Póvoa, Moura, entre outros. Fonte: Investigadora, 2022.



**Gráfico 29.** Valor máximo que os inquiridos estariam dispostos a pagar por edição. Fonte: Investigadora, 2022.



## SÍNTESE CONCLUSIVA

As metodologias abordadas neste capítulo foram determinantes para dar início ao projeto prático. Através delas foi possível compreender de que modo os componentes e as informações anteriormente estudadas no capítulo de enquadramento teórico são implementadas na prática. Esta análise a diversos jornais permitiu comparar e recolher informações adaptando-as ao projeto prático, consolidando-o. Os inquéritos foram pertinentes para restringir as opções recolhidas nos casos de estudo e adaptá-las ao conceito específico do projeto. Além disso, o inquérito permitiu conhecer aprofundadamente os hábitos, rotinas e necessidades do seu público-alvo relativamente aos jornais impressos e digitais, aos meios de comunicação digitais e complementou os dados acerca da população migrante.



Capítulo 5

# PROJETO DE DESIGN EDITORIAL DO JORNAL



## NOTA INTRODUTÓRIA

Este capítulo da investigação tem como intuito apresentar o desenvolvimento do projeto de design editorial do jornal *Vila Raiana*. No processo de desenho do objeto prático, foi importante definir um conceito, um nome, uma *tagline* e desenvolver os elementos gráficos que constituem a sua composição e que foram estudados nos capítulos do enquadramento teórico desta investigação. Além disto, através das entrevistas exploratórias, do inquérito exploratório e dos estudos de caso, foi possível a definição do público-alvo e de questões práticas como o preço e a periodicidade, contribuindo assim para uma melhor sustentação do conceito e de todas as decisões tomadas na produção do objeto editorial.

## 1. CONCEITO

O conceito da publicação periódica surgiu de uma necessidade da investigadora, cuja família é parte integrante da comunidade migrante da região de Mourão e que, tal como muitas outras famílias, se deslocou da sua terra natal para a área da Grande Lisboa, em busca de mais oportunidades laborais e de melhores condições de vida. Para algumas destas famílias migrantes, a possibilidade de visitas regulares à localidade foram permitindo ir mantendo a ligação às raízes, mas para outras, tal não é possível, pelo que uma das maneiras de manter essa ligação era, outrora, através da leitura dos jornais do concelho, que acabaram por se extinguir. Através da subscrição desses jornais, que mensalmente surgiam na caixa do correio, era permitido manter uma relação contínua com as notícias, os costumes, as tradições e a cultura da região. E este ritual de folhear as páginas do jornal – comum tanto à população residente como à população migrante – enriquecia as pessoas e enriquecia o concelho. Por tudo isto, considerou-se determinante reavivar esta prática que, por muitos anos, foi uma tradição e nasceu a ideia da produção de um jornal regional para o concelho de Mourão.

O intuito do projeto é o de que o jornal tenha uma versão impressa e outra digital. Considera-se fundamental e imprescindível um objeto impresso para manter e fomentar hábitos de leitura e para chegar a um trecho da população com baixa instrução no manuseamento das tecnologias digitais. E também porque, apesar de os jornais impressos estarem em declínio, o jornal regional, por ser considerado um jornal de nicho, tem mantido o nível de comercialização constante (como se refere no Capítulo 2 – Contexto e Caracterização da imprensa). Devido à evolução dos meios de comunicação digitais, cada vez mais presentes no quotidiano dos leitores, por serem um apelativo a leitores de faixas etárias jovens, por apresentarem uma diversidade de conteúdos audiovisuais, optou-se pelo desenho de um jornal online complementar ao jornal regional mensal.

Para fundamentar rigorosamente o conceito deste projeto prático, sentiu-se a necessidade de conhecer a realidade da comunidade do concelho de Mourão, bem como, aprofundar conhecimentos sobre a sua cultura e história. Esta investigação, presente no Capítulo 1, facilita a conceção da identidade do projeto. A posterior recolha, investigação e análise dos conceitos e elementos gráficos e compositivos de um jornal presente no Capítulo 3, contribui para a eficácia na sua implementação. Para além disto, a análise de estudos de caso permitiu realizar comparações e recolher exemplos da diversidade de soluções para um jornal e, simultaneamente, contribuir para uma maior capacidade projetual e sensibilidade da investigadora.

Ao longo do processo de conceção do design do jornal impresso, teve-se como objetivo apresentar conteúdos informativos como notícias de acontecimentos relevantes do concelho, mas também apresentar conteúdos mais profundos como reportagens e investigações sobre variados temas, relacionados com história, cultura e património. O conteúdo textual é um fator dominante na qualidade de um jornal. Os conteúdos devem ser isentos de qualquer pressão política ou religiosa e devem basear-se em valores como a liberdade de expressão. Para além disto, foi importante na definição do conceito do jornal impresso, criar momentos de conexão com a comunidade de Mourão, pelo que, ao longo do jornal foram propostas rubricas para que os leitores pudessem participar e contribuir no seu conteúdo, criando uma relação íntima e dando-lhes voz.

## 2. PÚBLICO-ALVO

<sup>15</sup> TL: "(...)the cultural environment of the target audience, their values, their habits, their codes, and their attitudes"

Foi necessário definir o público-alvo para o projeto. Frascara (2004, p. 72), assim como muitos outros autores, defende que o público-alvo é fundamental para obter uma base sólida do conceito do projeto, ou seja, é pertinente conhecer "(...)o ambiente cultural do público-alvo, os seus valores, os seus hábitos, os seus códigos e as suas atitudes."<sup>15</sup>. Além da investigação realizada no Capítulo 1, das entrevistas exploratórias e dos inquéritos exploratórios a pessoas com relação de proximidade com o concelho de Mourão (Apêndice A, B e C), a investigadora considera que parte da sua experiência pessoal permite identificar a audiência do projeto, considerando-se até parte da mesma.

Sendo assim, o projeto prático desenvolvido tem um público-alvo abrangente, definido pela **população residente e migrante adulta do concelho de Mourão**. É determinante que a população residente seja parte integrante do público-alvo desta investigação, pois são principalmente estas pessoas que mantêm vivas as tradições, os costumes e a história de Mourão. Mas é também essencial considerar a população migrante, que, por ter tido de sair da região, estabelece uma profunda relação emocional com o concelho.

### 3. PREÇO E PERIODICIDADE

O jornal terá a periodicidade mensal e o preço unitário de 2€. Estes valores foram definidos com o auxílio da realização do inquérito exploratório em que 124 dos 140 inquiridos referiram a periodicidade mensal como a mais apropriada. Esta resposta também pode ter como influência o facto de as antigas publicações periódicas do concelho terem também a periodicidade mensal. O preço do jornal foi definido pelo mesmo método, através dos inquéritos exploratórios, em que 2€ foi a resposta mais vezes seleccionada (56 respostas, 37%) (Gráfico 29).

Tendo em conta o tempo entre a publicação de cada edição, prevê-se que seja possível o desenvolvimento deste objeto com qualidade, tanto em termos de conteúdo gráfico – ao nível do layout, da primeira página, da qualidade de imagem, entre outros – como em termos do conteúdo textual – ao nível dos artigos, entrevistas, reportagens, etc.

## 4. TÍTULO E TAGLINE

O desenvolvimento do nome do projeto teve início com um levantamento e breve análise de nomes de outros jornais regionais, sendo que, na sua grande maioria, os nomes são compostos pela denominação básica de Jornal de + nome da localidade. Se considerarmos a esfera dos nomes de publicações a nível nacional e internacional existe maior diversidade e originalidade.

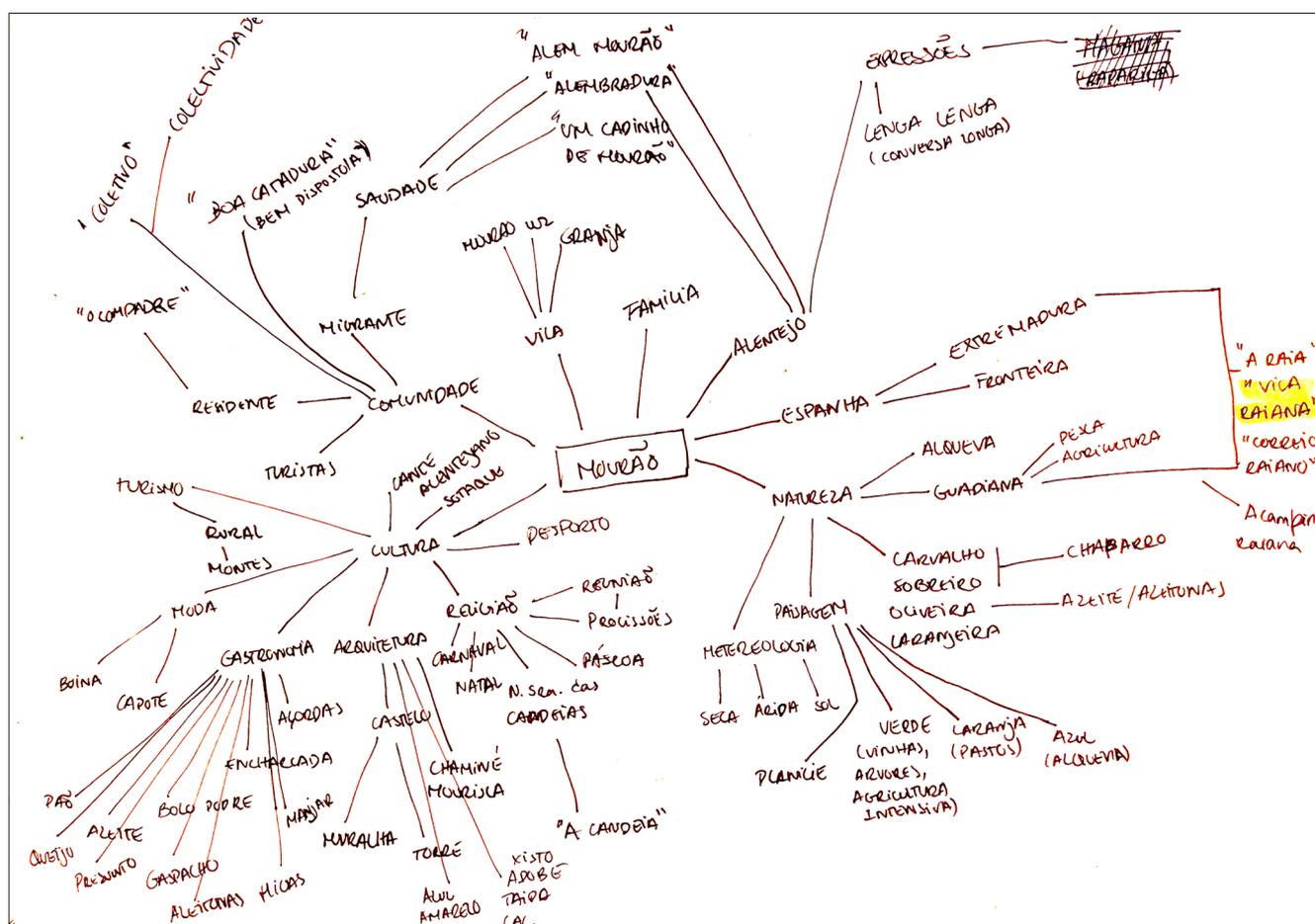
O processo de seleção do nome da publicação teve como base a utilização do método mind-mapping (Figura 46), organizando através de um esquema um processo de criação de ideias e conceitos podendo ou não ter uma relação entre si (Martin e Hanington, 2012, p. 118). Através deste método e da sua conciliação com o brainstorming (outro método que permite gerar novos conceitos, mas em grupo (Martin e Hanington, 2012, p. 22) com familiares residentes no concelho de Mourão, chegou-se à conclusão de que o nome mais adequado para representar a cultura do concelho de Mourão foi **Vila Raiana**.

De todas as possibilidades e alternativas que foram encontradas, esta foi a que mais se destacou e que melhor representava a identidade e o conceito do jornal.

Este nome deve-se ao facto de Mourão ser uma vila situada na fronteira com Espanha, sendo raia um sinónimo de fronteira. Além de estrear com Espanha, Mourão é um município rodeado pelas águas do Alqueva, o que constitui mais um tipo de fronteira, e também é o concelho mais a sul do distrito de Évora, na fronteira com Beja. Ainda assim, a denominação Raiana pode ter significados mais profundos e simbólicos, podendo representar a fronteira que existe entre os migrantes com a vila. Além disto, é um nome com personalidade, pois a palavra raiana não é comum no discurso oral quotidiano, e apresenta uma boa sonoridade, tornando-se fácil de memorizar.

O processo de criação da *tagline* revelou-se mais difícil do que o do título. Uma *tagline* ou *slogan* é um complemento ao nome e à marca gráfica, que pretende adicionar valor e adaptar-se melhor ao público-alvo (Caldwell e Zappaterra, 2014, p. 88). Para nós, era pertinente referir o nome da região a que se destina a publicação, para que o leitor tivesse uma percepção direta de qual a área a que o jornal se dirige. E, para além disto, era importante conseguir expressar um pouco do conceito e dos valores que o jornal defende. Por tudo isto, após diversos ciclos de tentativa e erro, a escolha da *tagline* recaiu sobre a expressão **Mourão mais perto**, representando eficazmente o conceito do projeto prático, a proximidade com a terra natal, tanto para a comunidade residente como migrante, representando a cultura, tradições e costumes de Mourão.

Figura 46. Mind-mapping do conceito e nome do projeto Vila Raiana.  
Fonte: Investigadora, 2022.





# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO



# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO

**Figura 47.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 1, utilizada no cabeçalho do jornal impresso. Fonte: Investigadora, 2023.

**Figura 48.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 2, utilizada no cabeçalho do jornal impresso. Fonte: Investigadora, 2023.



# VILA RAIANA



# VILA RAIANA

**Figura 49.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 3. Fonte: Investigadora, 2023.

**Figura 50.** Marca gráfica *Vila Raiana* versão horizontal 4. Fonte: Investigadora, 2023.



**Figura 51.** Símbolo *Vila Raiana* versão 1. Fonte: Investigadora, 2023.



**Figura 52.** Símbolo *Vila Raiana* versão 2. Fonte: Investigadora, 2023.

## 5. MARCA GRÁFICA

Após a análise dos casos de estudo dos jornais e da uma pesquisa rápida dos nomes de publicações jornalísticas, constatou-se que grande parte destes objetos utiliza como marca gráfica logotipo ou símbolo e logotipo, em que o símbolo é apenas a inicial do nome do jornal, como é o caso dos jornais *Setubalense* e *Público*. Poucos utilizam um símbolo figurativo, o que no caso do jornal *Vila Raiana* era essencial para a transmissão da identidade da região de Mourão. Na entrevista a Javier Errea, o designer identifica a marca gráfica como um dos elementos que melhor representa os valores de uma publicação como o jornal, sendo muitas vezes o promotor de todo o conceito gráfico (Apêndice H). No símbolo que concebemos, está representado um dos elementos arquitetónicos distintivos da região – a chaminé mourisca – que faz parte do património cultural do concelho. Neste desenho geométrico, de modo a ser percecionado rapidamente e a ser facilmente aplicável a vários suportes e tamanhos, adaptou-se o formato da chaminé de modo a assumir um duplo sentido; o de passar a representar um posto de correio antigo, algo que remete para a ideia de mensagem/carta que alguém quer enviar e também a forma de envio do jornal ao domicílio. Além disto, o símbolo possui uma forma circular que envolve a chaminé na cor laranja, transmitindo a ideia de sol quente do Alentejo. Esta cor estende-se aos restantes elementos da marca gráfica, como é o caso do nome e tagline, tendo duas versões, contudo esta pode também ser utilizada no seu positivo e/ou negativo, tendo em atenção a sua legibilidade, leiturabilidade e contraste.

Para a escolha do tipo de letra, utilizou-se uma versão *display semibold* do tipo de letra definido para o texto, podendo apresentar-se na horizontal com as duas palavras do nome lado a lado (Figura 47 e 48), como no cabeçalho da primeira página, mas também na horizontal com uma palavra sobreposta à outra (Figura 49 e 50).

O símbolo por ser o foco da identidade pode ser aplicado sozinho (Figura 51 e 52).

## 6. CONTEÚDOS E SECÇÕES

Ao longo de todo o processo de produção deste projeto, os conteúdos textuais constituíram a maior dificuldade, devido à escassez de publicações jornalísticas na região que pudessem servir de fonte de informação. Tendo em conta que o objeto é um jornal, colocou-se de parte a hipótese de a investigadora produzir os textos, tendo-se recorrido, na sua grande maioria, à recolha de textos publicados em plataformas digitais. Ainda assim, a escolha destes conteúdos foi difícil, pois grande parte dos artigos apresentava baixo número de caracteres e num jornal, é importante que exista uma alargada diversidade de conteúdos, com diversos graus de hierarquia, sendo que é fundamental que existam artigos extensos – como investigações, reportagens e/ou artigos de opinião – com maior destaque e importância e que na sua composição se destacam utilizando imagens, manchetes e manchas de texto de maiores dimensões e infografias complementares, destaques do texto e/ou citações. Alguns conteúdos foram retirados e adaptados de edições antigas dos jornais do concelho – O Mouranense e Al'mogron – o que contribuiu também para uma melhor definição das secções do jornal Vila Raiana, como iremos abordar de seguida. Alguns textos foram criados pela investigadora, como é o caso das *Mensagens de saudade*, da *Questão do mês* e dos eventos da *Agenda Cultural*.

Para compreender e definir a ordem e a segmentação dos artigos e das secções, foram fundamentais a inspiração dos jornais antigos do concelho, o inquérito exploratório que permitiu definir com precisão as temáticas de maior interesse por parte da população e os casos de estudo.

O jornal Vila Raiana apresenta na secção frontal, denominada de *Abertura*, rubricas acerca dos *Dados Demográficos*, diferenciados por cores e símbolos – nascimentos a azul associados ao símbolo de uma chucha; casamentos a laranja com o símbolo de alianças; e falecimentos a preto com a fotografia da pessoa e com uma cruz. Também nesta secção, é apresentada a rubrica *Mensagens de Saudade* que pretende dar aos migrantes ou residentes a oportunidade de transmitir uma mensagem para alguém de que sentem saudades ou servir como uma forma de re-

cordar a região de Mourão. De seguida, apresenta-se a *Questão do mês* com o intuito de propor à população temas que desejem expor e debater. Temas acerca dos quais é, posteriormente, realizado um inquérito online, através do website do concelho, para recolher as diferentes opiniões. A *Recordação do mês* pretende publicar uma fotografia relacionada com o concelho que remeta para épocas passadas – uma forma de trazer a memória, a tradição e a cultura do concelho para o jornal. Por fim, o Editorial e a ficha técnica do jornal.

Logo após esta secção, é apresentada a secção *Mourão*, iniciando com o artigo de destaque da edição do jornal, que também se apresenta na primeira página. Por ser o principal artigo, é utilizada a cor laranja no fundo da página (Figura 53), criando um género de separador, que se destaca ao folhear o jornal. Esta secção é a que apresenta maior número de artigos por focar especificamente o concelho de Mourão. Existem também secções referente às duas outras freguesias do concelho, *Luz e Granja*.

Uma das secções que igualmente apresenta maior número de artigos é a secção do *Alentejo*. Pretende abordar artigos sobre temáticas gerais do Alentejo e nela devem estar integrados os artigos de opinião referentes ao Alentejo no geral. Quando houver artigos específicos sobre as temáticas de cada secção, devem ser integrados na sua secção, ou seja, se um artigo de opinião abordar a temática de desporto deve ser colocado na secção de *Desporto*.

A secção de *Publicidade* pretende publicar anúncios de negócios locais, contribuindo para a economia da região.

Na secção *Arredores*, pretende-se abordar artigos específicos de concelhos e freguesias dos arredores de Mourão.

Figura 53. Página dupla do artigo de destaque do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2023.



A secção *Saberes da Terra*, apresenta investigações e reportagens acerca da cultura, da história e do património de Mourão, como é o caso da rubrica *O Nosso Património*, que aborda a história do concelho, *Personalidades de Mourão*, que escreve sobre pessoas emblemáticas e de relevo do concelho, e *As raízes do passado*, que pretende fazer um levantamento das alcunhas e das origens dos nomes de família do concelho. Nas secções posteriores, que fecham o jornal, temos a secção *Atividades Culturais*, que pretende partilhar futuros eventos e festividades no concelho, complementando com a *Agenda cultural* que também informa acerca de acontecimentos em concelhos dos arredores.

A secção de *Desporto* trata sobre eventos e atividades relativas ao desporto no concelho.

A secção dos *Passatempos*, com jogos de palavras cruzadas e sudoku, é geralmente uma secção muito apreciada pela população mais idosa. Nesta secção temos ainda contactos telefónicos de instituições de utilidade pública do concelho.

Por fim, na última página, apresentamos as rubricas de *Humor*, de culinária – *Mourão no prato* – com receitas e dicas para confeccionar pratos típicos, bastante importante para a comunidade migrante, pois assim consegue ter a gastronomia do concelho em casa, *Poetas da nossa terra*, que pretende dar oportunidade à população de partilhar os seus poemas e *Olhar Mourão*, que pretende partilhar fotografias retiradas pela população. Na zona inferior desta página, temos também a referência aos direitos de autor e o código de barras.

Ao longo do jornal, nas diversas secções, também são apresentadas as “breves”, notícias curtas que geralmente utilizam apenas uma coluna na grelha.

## 7. PROJETO EDITORIAL

### *Formato*

A seleção do formato de um jornal é um dos processos mais importantes no desenvolvimento do design editorial deste objeto, uma vez que este fator determina parte da sua identidade e é um dos elementos que maior repercussão tem na definição da grelha. Apesar de os jornais apresentarem um diversificado leque de formatos, grande parte utiliza o formato *tabloide*, *berliner* ou *broadsheet*.

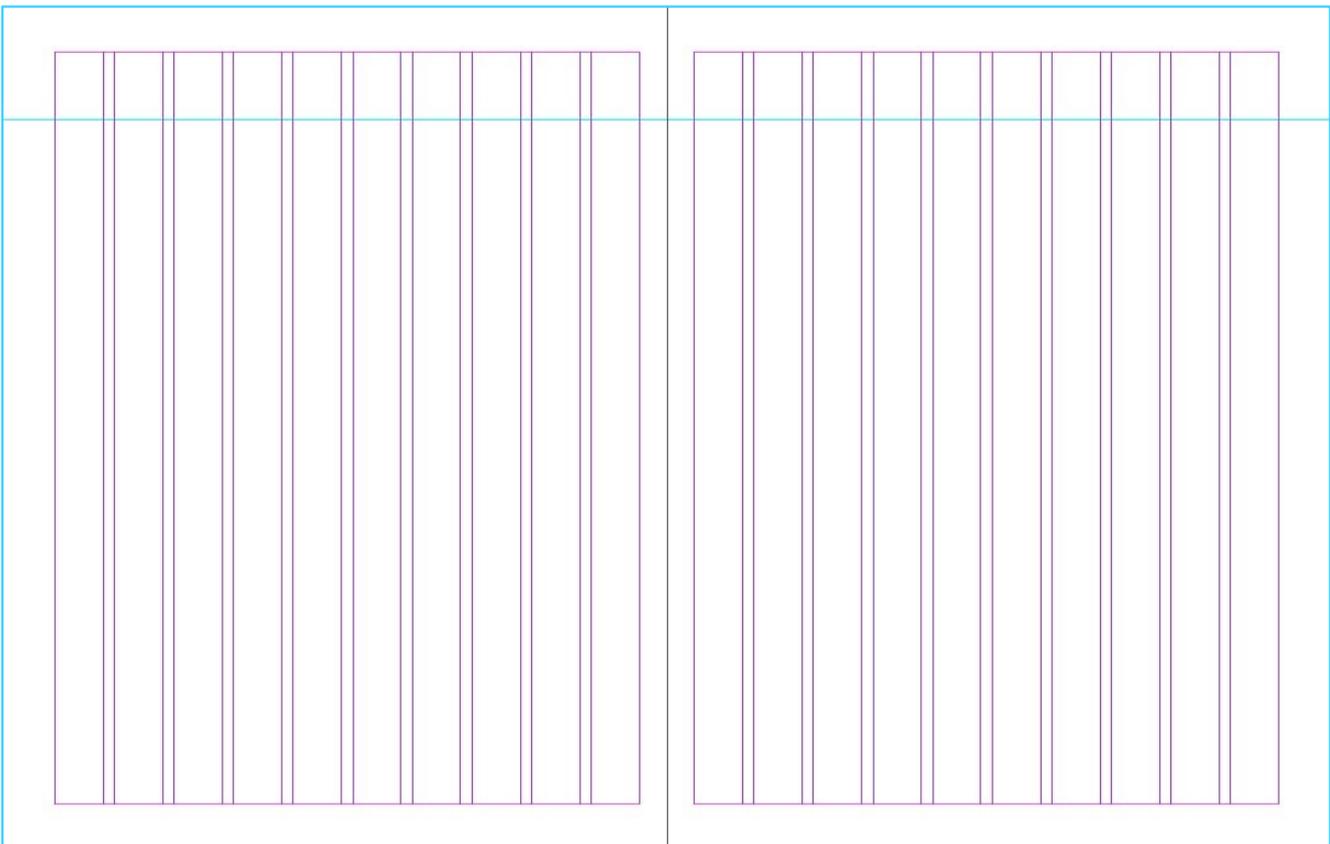
Para o jornal *Vila Raiana* adotámos o formato **tabloide com 29 por 37 cm** num total de 36 páginas. Por ser o formato mais pequeno dos três formatos standard abordados anteriormente, torna-se mais fácil o seu manuseamento, aspeto importante pelo facto de grande parte do público-alvo a que se destina este jornal ser população idosa, muitas vezes com problemas de motricidade. Além disto, o formato *tabloide* por ser muito comum nas publicações portuguesas, permite obter custos de produção mais baixos, sendo uma vantagem para um jornal regional como o *Vila Raiana*.

### *Grelha e layout*

A grelha do jornal *Vila Raiana*, como acontece em qualquer jornal, é influenciada pelo seu formato e pelas margens. Num jornal, as margens podem ser regulares ou não, consoante o tipo de composição pretendida. No caso deste projeto, sentiu-se a necessidade de colocar as margens internas mais estreitas, com 12 mm, para que quando existam artigos a continuar na página seguinte, o leitor consiga fazer essa passagem de forma eficaz, não comprometendo a leitura. A margem externa, com 23 mm, pretende contrastar com a margem interna e obter mais espaço branco para a página poder “respirar”, proporcionando equilíbrio. Tanto a margem superior como a inferior têm 20 mm.

Para a grelha, definiu-se que a melhor solução seria utilizar 10 colunas com uma goteira de 5 mm (Figura 54). Deste modo, estabeleceu-se a área onde serão inseridos os elementos gráficos do jornal, permitindo maior flexibilidade na sua utilização.

Figura 54. Grelha do jornal Vila Raiana.  
Fonte: Investigadora, 2023.



## Tipografia

Para o jornal Vila Raiana, foi realizada uma série de testes com vários tipos de letra, tendo estes sido selecionados para além dos aspetos formais. Foi também tido como critério de escolha a diversidade de estilos disponíveis, de modo a poder ter várias aplicações e funções e, assim, permitir a criação de hierarquias. A escolha do tipo de letra é essencial para que o conteúdo textual seja corretamente percebido pelo leitor,

Figura 55. Dupla página com a indicação da função do tipo de letra.

Fonte: Investigadora, 2022.

Literata TT  
Subhead Regular  
Laranja  
Secções

Tablet Gothic  
Narrow Bold  
Preto  
Títulos

Tablet Gothic  
Wide Light  
Azul  
Antetítulos

Tablet Gothic  
Narrow Regular  
Preto  
Subtítulos

Literata TT  
Subhead Regular  
Azul  
Rúbricas

Literata TT  
Subhead Bold  
Preto  
Título de artigo de rúbrica

28 •

**ARREDORES**

## Reguengos de Monsaraz comemora 18.º aniversário de elevação a cidade

los Sirgás a título póstumo. A ANR Reguengos - Associação de Proteção de Animais de Reguengos de Monsaraz, está premiada com a Medalha de Mérito Cívico por promover a luta contra o abandono e mau tratamento animais.

A Associação de Melhoradas, Península e Ilhas de Santo António do Bialho e o Centro Social Paroquial de Nossa Senhora do Rosário de São Pedro de Carval, instituições que promovem o bem-estar e a qualidade de vida dos utentes das suas estruturas, dos centros de dia e do apoio domiciliário vão receber a Medalha de Mérito Social.

A Medalha de Bons Serviços e Beneficência do Município de Reguengos de Monsaraz vai ser atribuída aos trabalhadores municipais que executaram as suas funções, com mérito, dedicação e assiduidade dignos de destaque. António Marçal que se aposentou com 25 anos de serviço efetivo vai receber a Medalha de Prai e Carmelita Valadas, Manuel Fernandes e Maria Fernandes, que se reformaram com 15 anos de serviço efetivo, vão receber a Medalha de Bronze.

**SANDRA CASTRO**  
s.castro@reguengos.pt

Reguengos de Monsaraz celebra 18 anos desde a sua elevação à categoria administrativa de cidade no dia 8 de dezembro. A celebração irá ocorrer pelas 20h30, no Auditório Municipal de Reguengos de Monsaraz, e conta com o concerto "Molodas de sempre" com Pedro Zagalo e João Mendonça.

A autarquia atribuirá medalhas a personalidades, instituições e empresas que se destacaram pelo seu trabalho em várias categorias, contribuindo para o engrandecimento e prestigio de concelho.

O Núcleo de Reguengos de Monsaraz da Liga dos Combatentes e a Santa Casa da Misericórdia de Monsaraz serão premiadas com a Medalha de Ouro, bem como o Dr. José Carlos Sirgás a título póstumo.



**JUANA FONSECA**  
j.fonseca@reguengos.pt

**Vírus afeta bovinos em Villanueva**

Primeiro caso na Extremadura da doença hemorrágica epizootica; uma doença que os insetos transmitem aos ruminantes, mas não aos humanos. Foi detetado em uma fazenda bovina em Villanueva del Fresno, em Badajoz, conforme confirmado pela Junta através do Laboratório Nacional Agripec Regency. A fazenda de gado notifica o Serviço Veterinário da região de Arévalo de los Caballeros sobre os sintomas desta doença e uma vaca. É o primeiro caso na Espanha; os primeiros se ocorreram nas 3 províncias de Cádiz, Sevilla e Huelva. A suspeita surgiu após a comunicação aos Serviços Veterinários Oficiais da região de Arévalo de los Caballeros de um bovino com sinais clínicos compatíveis com a doença. Após a revisão clínica, os sintomas foram coletados para conformação no Laboratório Nacional de Referência.

A EHE é uma doença infecciosa viral que causa febre, inchaço, incoordenação por cerca de duas semanas. Os ovinos são susceptíveis à infecção, mas pouco a doença é letal, e os caprinos são muito pouco susceptíveis à infecção. É uma doença que afeta gravemente os veados, podendo afetar também gamos e coelhos.

**JOANA CASTRO**  
j.castro@reguengos.pt

A CM de Moura anuncia que vai entregar a construção da Praia Fluvial na quinta-feira, dia 25 de dezembro, a empresa vencedora do concurso. A obra arranca no início do próximo ano com um prazo de concretização de 180 dias e representa um investimento de cerca de 1 milhão e 400 mil euros.

Este investimento está integrado no projeto de Eixo Estratégico de Moura que pretende potenciar o desenvolvimento da competitividade no setor da náutica e promover a região como destino turístico.

**FRANCISCO CAMPOS**  
sobrevivente@reguengos.pt

Uma das grandes riquezas patrimoniais da vila de Mourão são as dezenas de "chaminés mouriscas" que lhe permitem apresentar uma arquitetura urbana bastante singular e distinta das povoações vizinhas. No "Inventário Arqueológico do Distrito de Évora", Tullio Espanca chama-lhes "pitorescas chaminés de fuga cilíndrica", assinala a sua edificação nas construções civis de feição popular e sublinha o seu carácter "absolutamente diferenciado das do Alto Alentejo" aproximando-se mais das tradicionais chaminés algarvias.

A origem e o destino destas chaminés assenta na tradição popular não existindo qualquer fonte histórica que o permita confirmar. Os desenhos pastorais de Mourão publicados no "Livro das Fortalezas" de Duarte de Armas, no início do século XVI, não mostram qualquer chaminé com estas características o que, em todo o caso, poderá apenas significar que estas construções não mereceram a atenção do autor. Independentemente da sua origem, a paisagem urbana de Mourão é hoje marcada por estas "chaminés cilíndricas, as maiores das quais com três metros de altura e um diâmetro de um metro, entre os poucos metros imponentes." Pode afirmar-se que o seu tamanho era também uma representação do estatuto social de quem a mandara edificar. Ainda hoje se vê em Mourão duas chaminés numa mesma casa, uma casa albitada para a época - aponta Regis Bremaud no âmbito de um trabalho efetuado no Departamento de História da Universidade de Évora.

Por regra, a chaminé, cuja abóbada era construída em ladrilhos de barro unidos com cal e gesso, ocupava um lugar de destaque no interior da habitação. Situada geralmente na entrada da casa, a sua grande dimensão permitia-lhe entrar funções para além das habituais, sendo um espaço de encontro entre os moradores e um local adequado para receber os visitantes.

**FRANCISCO CAMPOS**  
sobrevivente@reguengos.pt

VILA BAIXANA - DEZEMBRO 2022

**BREVES**

**Póvoa de São Miguel reconhece alunos com os Prémios de Mérito Escolar**

**MARIA PIRES RODRIGUEZ**  
m.pires@vila.baixana.pt

A cerimónia de entrega dos Prémios de Mérito Escolar aos alunos do 4.º, 6.º e 9.º ano com o melhor desempenho no ano lectivo 2021/22, decorreu no dia 27 de novembro no estabelecimento de ensino EB de Póvoa de São Miguel.

A entrega dos diplomas e do valor financeiro aos alunos premiados, foram realizadas pela direcção e professora, assim como o Presidente da Freguesia, António Monteiro e o Coordenador de ensino Prof.ª Delfina Veladas.

**Construção de Praia Fluvial em Moura**

**JOANA CASTRO**  
j.castro@reguengos.pt

A CM de Moura anuncia que vai entregar a construção da Praia Fluvial na quinta-feira, dia 25 de dezembro, a empresa vencedora do concurso. A obra arranca no início do próximo ano com um prazo de concretização de 180 dias e representa um investimento de cerca de 1 milhão e 400 mil euros.

Este investimento está integrado no projeto de Eixo Estratégico de Moura que pretende potenciar o desenvolvimento da competitividade no setor da náutica e promover a região como destino turístico.

**FRANCISCO CAMPOS**  
sobrevivente@reguengos.pt

Uma das grandes riquezas patrimoniais da vila de Mourão são as dezenas de "chaminés mouriscas" que lhe permitem apresentar uma arquitetura urbana bastante singular e distinta das povoações vizinhas. No "Inventário Arqueológico do Distrito de Évora", Tullio Espanca chama-lhes "pitorescas chaminés de fuga cilíndrica", assinala a sua edificação nas construções civis de feição popular e sublinha o seu carácter "absolutamente diferenciado das do Alto Alentejo" aproximando-se mais das tradicionais chaminés algarvias.

A origem e o destino destas chaminés assenta na tradição popular não existindo qualquer fonte histórica que o permita confirmar. Os desenhos pastorais de Mourão publicados no "Livro das Fortalezas" de Duarte de Armas, no início do século XVI, não mostram qualquer chaminé com estas características o que, em todo o caso, poderá apenas significar que estas construções não mereceram a atenção do autor. Independentemente da sua origem, a paisagem urbana de Mourão é hoje marcada por estas "chaminés cilíndricas, as maiores das quais com três metros de altura e um diâmetro de um metro, entre os poucos metros imponentes." Pode afirmar-se que o seu tamanho era também uma representação do estatuto social de quem a mandara edificar. Ainda hoje se vê em Mourão duas chaminés numa mesma casa, uma casa albitada para a época - aponta Regis Bremaud no âmbito de um trabalho efetuado no Departamento de História da Universidade de Évora.

Por regra, a chaminé, cuja abóbada era construída em ladrilhos de barro unidos com cal e gesso, ocupava um lugar de destaque no interior da habitação. Situada geralmente na entrada da casa, a sua grande dimensão permitia-lhe entrar funções para além das habituais, sendo um espaço de encontro entre os moradores e um local adequado para receber os visitantes.

**FRANCISCO CAMPOS**  
sobrevivente@reguengos.pt

VILA BAIXANA - DEZEMBRO 2022

**SABERES DA TERRA**

**O NOSSO PATRIMÓNIO**

## Chaminé Mourisca

A herança árabe dos nossos antepassados

**HISTÓRIA** Estas chaminés cilíndricas, vestígios que mantêm viva a passagem da cultura árabe por este local, sobressaem nos telhados de algumas casas. Nesse tempo, o tamanho das mesmas representava o estatuto social do seu proprietário. Ao longo dos tempos muitas foram sendo demolidas, perdendo-se, assim, um pouco do legado histórico da freguesia.



**FRANCISCO CAMPOS**  
sobrevivente@reguengos.pt

Tablet Gothic  
Narrow Regular  
Laranja  
Capitular

Literata TT  
Text Regular  
Preto  
Corpo de texto

Tablet Gothic  
Narrow Regular  
Preto  
Autor do artigo

Tablet Gothic  
Wide Semibold  
Preto  
Temática

Literata TT  
Text Italic  
Azul  
Lead

Tablet Gothic  
Narrow Regular  
Azul  
Autor da fotografia

por isso a legibilidade foi um dos principais fatores a ter em consideração. Visto que um jornal é composto por vários elementos de carácter textual, como manchetes, subtítulos, antetítulos, mancha de texto, *leads*, legendas, citações, destaques, entre outros, achou-se importante definir dois tipos de letra, um com serifas e um sem serifas.

O tipo de letra com serifas escolhido foi o **Literata**, pertencente à fundição Type Together. Este é de distribuição gratuita, o que permite diminuir os custos do jornal. É um tipo de letra com 48 estilos diferentes, sendo utilizado principalmente no texto corrido. Esta fonte também foi desenhada para funcionar em meio digital, um dos critérios fundamentais para este projeto (TypeTogether, [s.d.]). Além disso, por ser um tipo de letra serifado, transmite uma aparência clássica e tradicional, bastante presente nos jornais impressos e que se pretende transpor para o jornal da vila de Mourão.

O tipo de letra sem serifas escolhido foi o **Tablet Gothic**, também pertencente à fundição Type Together. Este apresenta 84 estilos diferentes e, ao contrário do Literata, é pago. Foi desenhado também tanto para formatos digitais como impressos e já recebeu vários prémios, como o *Typographica's Best Typeface of 2012* e a Medalha de Prata em 2013 no *European Design Awards* (TypeTogether, [s.d.]). No jornal *Vila Raiana*, este tipo de letra é utilizado principalmente em manchetes, subtítulos e antetítulos.

De modo a compreender as utilizações destes dois tipos de letra, realizou-se um esquema nas páginas do jornal para indicar quais os estilos de letra utilizados consoante a sua aplicação (Figura 55).

Figura 56. Dupla página com imagem a cores do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2023.

10 • MOUROÃO

VILA RAIANA – DEZEMBRO 2022

VILA RAIANA – DEZEMBRO 2022

11 • MOUROÃO

# A “vida privada” do touro bravo antes dos “20 minutos de fama”

**CULTURA** • Como são criados os touros bravos até chegarem a uma praça de touros? Que raça é esta e o que pensam os seus criadores? A redação da VILA RAIANA esteve numa das maiores e mais prestigiadas ganderias, situada no concelho de Mourão, à procura de respostas.

LUCIANO ALVAREZ  
@lucianoalvarez

**N**a herdade da Galeana, uma ganderia portuguesa cría touros de raça desde 1944. Os seus animais são criados numa região única para ser touros de raça, a pé ou a cavalo nas praças de Portugal, Espanha e França. Mas do que falamos quando falamos de touros bravos? De todo um mundo, com um lado muito próprio, de um apurado trabalho diário e algo que vai muito além do momento em que o animal sobe à praça para os seus “20 minutos de fama”. Para três ficam quatro anos de trabalho o que chamam a “vida privada”, ou “vida no campo” do animal, cujo desenvolvimento, dizem os aficionados, não uma das coisas para os “animadistas” criticarem e queverem acabar com as toureadas.

João Santos, um engenheiro zootécnico de 45 anos, que há 13 trabalha com estes animais na ganderia alentejana, guia os jornalistas pelo meio dos touros. Literariamente pelo meio deles, contando uma cartilha de trabalho agrícola que serpenteia entre os animais. João fala com entusiasmo dos touros, do trabalho na herdade, como tudo é feito ainda antes dos animais nascerem até aos quatro anos em que estão prontos para serem lidados em praça. Explica os significados dos movimentos dos touros, quem são os líderes, a diferença entre eles, ao mesmo tempo que acalma os visitantes, algo raro nos anos de trabalho o que chamam a “vida privada”, ou “vida no campo” do animal, cujo desenvolvimento, dizem os aficionados, não uma das coisas para os “animadistas” criticarem e queverem acabar com as toureadas.

Ganderia Galeana, 0501 030888

que desconhecem esta realidade da sua criação. Não há em Portugal animal mais bem tratado que este. Enquanto um animal de trabalho vive um, dois anos confinado num pequeno espaço, alimentado a farinha até à praça o matadouro, este vive em liberdade toda a sua vida num ecossistema puro, convivendo com outras espécies numa reserva ecológica que é preservada para a sua criação”, diz João Santos. Mas o processo de criação de touros bravos começa ainda antes de o animal nascer, numa das mais importantes tarefas campesinas: fazer as espécies nas ganderias locais ou com os corvos dirigidos para cima (tabel) tem mais “valor” que um animal com os corvos direcionados para o solo (coido ou capacho). É a seleção destas características que vai decidir se o touro vai para uma praça de primeira (as melhores como o Campo Pequeno, em Lisboa, ou em Espanha, de segunda, terceira ou para festas locais populares mais pequenas. “Apesar de não gostarmos de toureadas, os antilidados, dizem que maltratamos os animais por-

que se não dá a acabar as toureadas, o que acontecerá a estes animais que são criados exclusivamente para serem lidados? “São dia nunca vai chegar, mas se acontecer a raça acaba porque só serve para ser lidado. Passaria a ser um animal de jardim zoológico”, afirma João Santos. A “paixão” do gandeiro Grave Joaquim Sá Grave é, desde 2002, gandeiro e proprietário da Galeana continuando um trabalho que começou pelo seu avô, cresceu com o seu pai e que é hoje uma das mais prestigiadas ganderias brutas. “Uma paixão”, assegura este veterinário especialista em criação animal. Fala da herdade e dos touros bravos, das suas tradições ancestrais, da sua criação com uma visão agrícola e abastado conhecimento. Fala também de forma aberta sobre o negócio da criação de touros, embora diga que é feito

“mas com coração e por tradição, que com a raça”, explicou do que uma herdade como a sua poderia ser muito mais rentável se tivesse outra tipo de exploração. Criar um animal como este, explica Grave, custa cerca de 2500 euros, já a sua vida para praça - ou melhor - o sangue da bravura ao empresário que organiza o espetáculo - vale em média 2000 euros mais 500 pela carne para consumo depois de abastido. Embora este valor possa não ser suficiente para o preço, “Portugal é onde se pagam menos. Já a mais uma questão de corral”, repete João Grave, sorrindo e levando a mão ao peito junto ao coração. Até que a conversa chega à polémica entre os defensores das toureadas e os que são contra e que o seu fim, que para

Grave “são uma ignorância que se callar nunca viram um touro bravo, nem sabem o que é”. Confrontado com as críticas de que os amantes das toureadas são “uns bárbaros” que “em prazer súbito em torturar os animais”, o gandeiro de 60 anos em a resposta irritada sem nunca perder a serenidade: “Quando nos chamam torturadores estão a ofender todas as pessoas que foram e são torturadas pelo mundo. Não há animais mais bem tratados que estes e são criados especialmente para serem lidados.”

“Os sabios do asfalto” Quanto ao sofrimento do animal em praça, Grave avança com um argumento que diz “tratar profundamente fundamentado em vários estudos científicos sobre o touro bravo” que é repetido vezes sem conta pelos defensores das toureadas. O de que o animal tem um hipotálamo (parte do cérebro que sintetiza os neuro-hormonas encargados, nomeadamente, da regulação das funções de stress ou de defesa), “20% superior ao de todos os outros bovinos, e que, por isso, tem uma capacidade superior de regulação de beta-endorfinas”, uma hormona e anestésico natural encarregado de bloquear os receptores da dor. “Um animal quando é agredido, nomeadamente quando é espetado, foga, o touro bravo não, volta a investir. A ênfase única deste animal é lutar, é um animal de combate.”

“Os sabios do asfalto” Quanto ao sofrimento do animal em praça, Grave avança com um argumento que diz “tratar profundamente fundamentado em vários estudos científicos sobre o touro bravo” que é repetido vezes sem conta pelos defensores das toureadas. O de que o animal tem um hipotálamo (parte do cérebro que sintetiza os neuro-hormonas encargados, nomeadamente, da regulação das funções de stress ou de defesa), “20% superior ao de todos os outros bovinos, e que, por isso, tem uma capacidade superior de regulação de beta-endorfinas”, uma hormona e anestésico natural encarregado de bloquear os receptores da dor. “Um animal quando é agredido, nomeadamente quando é espetado, foga, o touro bravo não, volta a investir. A ênfase única deste animal é lutar, é um animal de combate.”

“As toureadas estão na história e nas raças dos portugueses. Estão no seu coração e cada vez há mais pessoas, muitos jovens, a gostarem deles.” JOÃO GRAVE, Gandeiro e Proprietário da Galeana

Touro N.º7 Feguerias, in:artemidias

## Imagem

A imagem é um dos elementos gráficos mais importantes num jornal. Frascara (2004, p. 111) defende que a imagem pode ter a função de “(...) atrair, ornamentar, ou comunicar.”<sup>1</sup>. Na composição gráfica de um jornal, a localização da imagem na página, a sua escala e a relação com o conteúdo textual são fatores que determinam a narrativa e a percepção do leitor (Caldwell e Zappaterra, 2014, pp. 121 e 122). A imagem é também um elemento que permite criar identidade e relação com o local, como por exemplo, através da apresentação de fotografias dos acontecimentos locais, das paisagens, das pessoas, entre outros.

Dentro das imagens podemos considerar que existem três categorias: a fotografia, a ilustração e a infografia. No que diz respeito ao projeto gráfico do jornal para o concelho de Mourão, tiveram-se em conta as dificuldades da imprensa regional em obter recursos humanos e financeiros (Apêndice A, B, C), sendo um dos fatores que influencia o seu conteúdo, pelo que se concluiu que o recurso mais acessível e informativo é a fotografia. Ao longo das páginas, também foram utilizadas infografias complementares, como gráficos e mapas, e ilustrações, que permitem diferenciar os autores do editorial, das rubricas e dos artigos de opinião. A infografia é um dos elementos que facilita a síntese da informação e que, conseqüentemente, proporciona maior facilidade na compreensão do conteúdo. Deve ser realizada pela redação, de modo que os tamanhos e as cores sejam definidos consoante o espaço na página para tornar toda a composição gráfica equilibrada.

Tendo em conta que a fotografia é um dos pontos focais no percurso de leitura, criou-se um critério que estabelecesse hierarquia, como é no caso das fotografias que estão inseridas em artigos que utilizam mais do que uma página. Nestes artigos, a fotografia tende a abranger uma área maior na página e apresenta-se sempre a cores. Todas as imagens que são de grandes dimensões e estão no início de cada artigo utilizam uma linha a laranja na aresta superior de modo a terem maior destaque (Figura 56). Estas imagens, por estarem a cores, utilizarem maior

Figura 57. Dupla página com imagem a duotone do jornal Vila Raiana.

Fonte: Investigadora, 2022.

LUZ E GRANJA



Inauguração dos balcões SNS24 nas freguesias da aldeia da Luz e na Granja, 2002

# Balcões SNS24 na Aldeia da Luz e na Granja

JOÃO FRANCISCO ALMEIDA  
almeida@vila-raiana.pt

**“Ja somos poucos e com alguma idade, sem condições para deslocar-se a consultas, pelo que este balcão poderá ser útil à população”**

FELIZARDO ARAÚJO  
Presidente da Junta de Freguesia da Granja

Já foram inaugurados os balcões do SNS24 na Aldeia da Luz e Granja. Para Sara Correia, presidente da Junta de Freguesia da Luz, espelha a VILA RAIANA que a ideia do balcão surgiu após um contacto com a Administração Regional de Saúde (ARS) do Alentejo para reavaliação de melhores cuidados de saúde. “Com a falta de médicos, as freguesias ficam ainda mais prejudicadas”, afirmou, acrescentando que “a presidente da ARS tinha já preparado a implementação dos balcões”. Mas a presidente da Junta não tem dúvidas: “Estes balcões não são a solução para os nossos problemas, mas são agradeceremos qualquer melhoria em relação à situação que está”. Os balcões vão proporcionar um serviço como teleconsultas, avaliação de exames ou prescrição de medicação, algo que Sara Correia defende que “faria diferença”, numa triagem inicial.

## Área de Serviço de Autocaravanas da aldeia da Luz foi inaugurada

HUGO CALADO  
hugocalado@vila-raiana.pt

**“A Aldeia da Luz já assistia a uma procura desta tipologia de turismo assente no autocaravanismo, mas a partir de agora disponibilizamos um espaço com condições, com mais qualidade e com sustentabilidade”**

JOÃO FORTES  
Presidente da Câmara Municipal de Mourão

Também Felizardo Araújo, presidente da Junta de Freguesia de Granja, resultou a criação deste serviço: “Ja somos poucos e com alguma idade, sem condições para deslocar-se a consultas, pelo que este balcão poderá ser útil à população”. Araújo, acrescentando que “a presidente da ARS tinha já preparado a implementação dos balcões”. Mas a presidente da Junta não tem dúvidas: “Estes balcões não são a solução para os nossos problemas, mas são agradeceremos qualquer melhoria em relação à situação que está”. Os balcões vão proporcionar um serviço como teleconsultas, avaliação de exames ou prescrição de medicação, algo que Sara Correia defende que “faria diferença”, numa triagem inicial.

Em declarações ao jornal VILA RAIANA e presidente da Câmara de Mourão, João Fortes, começou por destacar “o facto desta obra ter sido executada no prazo a qual nos tinhamos proposto seis meses, o que é de louvar, tanto pela parte técnica e também do construtor, porque num contexto de intervenção a nível macroeconómico, com falta de materiais, com uma inflação de preços, foi bem termos cumprido os prazos”. Segundo o autarca, “a Aldeia da Luz já assistia a uma procura desta tipologia de turismo assente no autocaravanismo, mas de forma muito informal e inorgânica, mas a partir de agora disponibilizamos um espaço com condições, com mais qualidade e com sustentabilidade”. “É um espaço que comporta 8 autocaravanas, com uma zona de abastecimento de água, com zona de descarga de águas residuais e com parte de tomada elétrica”, explicou o edil.

Para João Fortes, “já era um sucesso autocaravanismo na Luz, ainda vai aumentar gradualmente essa procura, ajudando também a próspera economia local da freguesia”. Já a presidente da Junta de Freguesia da Luz, Sara Correia, congratulou-se por “finalmente termos um equipamento que dá resposta à procura que nós temos ao nível do autocaravanismo, mas também da melhoria das condições”, acrescentando que “este tipo de turismo tem vindo a crescer bastante nesta região, em especial no inverno e assim com este equipamento é mais uma ajuda para a atração turística da aldeia”.

# Habitantes da Aldeia da Luz ainda pagam IMI de terras submersas



Aldeia da Luz, que foi submersa pela água da barragem do Alqueva, em 2002

**SOCIEDADE ● Habitantes da Aldeia da Luz, em Mourão (Evora), ainda hoje pagam imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) dos terrenos que possuíam e ficaram submersos na antiga povoação, 20 anos após o início do enchimento do Alqueva.**

Francisco Carrasco  
hugocalado@vila-raiana.pt

A situação, que “não cabe na cabeça de ninguém”, um dos problemas existentes na pequena freguesia alentejana, foi que grande parte do território foi submerso pelas águas do Alqueva, revelou a presidente da Junta de Freguesia da Luz, Sara Correia. “Não é frustrante para quem está à frente da autarquia”, argumentou a autarca, no cargo desde 2003, sublinhando a situação ao facto de não ter sido feito cadastro actualizado dos terrenos. “Um proprietário de um terreno realista não pode, simplesmente, ir às Finanças e dizer que é dono deste ou daquele prédio realista que quer pagar IMI dele. Estamos dependentes do cadastro feito pelo Instituto Geográfico”, que “não foi feito na altura”, disse.

A vertez para esta actualização de cadastros, necessária porque “existe um lago imenso” na zona da antiga aldeia, “já ordenada e estada”, mas terá sido “gasta outra coisa qualquer”, alegou.

“E todos os proprietários rústicos da Luz pagam IMI de terras submersas ou expropriadas, mas que não são deles. E pagam isso há 20 anos”, contou, realçando que o mesmo não se passa com prédios urbanos, que “estão devidamente escriturados e nas Finanças”. “Como a população estava disponível para pagar”, o cadastro podia ainda ser feito. Se que “a população não pode estar disponível, não obstante muitas vezes se calhar, lá o querer fazer”, por estar “cansado”, afirmou.

“Não pode ser, porque lá no antigo aldeamento as coisas deviam ser feitas. Isto não foi procurado por nós, fomos forçados e, portanto, tem que ser o Estado”, sustentou.

O que a população contesta, até porque o valor de IMI nem deveria “muito elevado”, visto as Finanças não poderem atualizar “os valores de terras submersas”, e “ter de pagar sobre um bem que não nos pertence” e do qual “não tira usufruto”, criticou.

O emparcelamento rural, ou seja, o registo das novas terras em nome de quem já possuía terrenos na anterior localidade, também mereceu crítica da autarca, que alega que o processo “não foi concluído”. “A maior parte está feito, mas ainda existem uns quantos por registar”. “Qualquer um que seja, ao fim de 20 anos, é muito”, argumentou.

Segundo Sara Correia, estes e outros problemas são conhecidos dos governantes: “Não há ninguém lá em cima que não saiba que isto acontece, porque nós fomos-lo chegar a todos os governos que passaram por lá”, criticou a presidente da freguesia à forma. Não falta pedido, falta interesse em resolver.”

A transferência da Aldeia da Luz, no verbitouto de 2002, para uma nova povoação construída de raiz a poucos quilómetros da anterior, desampliada e submersa, foi o impacto social mais significativo da construção da barragem do Alqueva, cuja albufeira começou a encher em 06 de fevereiro desse ano. ●

“Não há ninguém lá em cima que não saiba que isto acontece, porque nós fomos-lo chegar a todos os governos que passaram por lá”, criticou a presidente da freguesia à forma. Não falta pedido, falta interesse em resolver.”

### BREVES

#### 20 anos de Aldeia da Luz: A Aldeia que ficou fora do progresso que deu à região

HUGO CALADO  
hugocalado@vila-raiana.pt

Foi a 19 de novembro de 2002, ou seja, há 20 anos, que foi inaugurada, no concelho de Mourão, pelo então primeiro-ministro Durão Barroso, a nova aldeia da Luz, devendo a construção da barragem do Alqueva. Com a construção do grande lago, a aldeia da Luz ficou submersa assim que a barragem encheu, pelo que decidiu-se construir uma nova aldeia. Um longo processo de negociações, construção de infraestruturas e equipamentos coletivos e do processo de mudança da população, culminaram nos dias 19 de novembro. A data assinala-se agora com um sentimento agriço. A Freguesia da Luz, em comemoração desta data, exibiu pela primeira vez um filme de Fabiano Wares intitulado “Foi assim”. O autor do filme refere-se o mesmo a esta Junta de Freguesia que contribuiu assim a população a recordar os momentos vividos há 20 anos. A Junta de Freguesia da aldeia conta que existirá até final do ano mais atividades para analisar a data. Recordar-se que a nova Aldeia da Luz foi construída para melhorar os habitantes da antiga aldeia da Luz submersa pelas águas da barragem do Alqueva. A nova aldeia foi construída de forma a manter no essencial as características da aldeia antiga. ●



AFONIA A CAMARÁ. Veja um momento do filme “Foi Assim” de Fabiano Wares que foi representado nas comemorações

área na página e por terem esse elemento a laranja, determinam uma hierarquia superior em relação às das restantes páginas que contêm dois ou mais artigos.

Nestas outras páginas, são utilizadas imagens em *duotone* com o azul escolhido para o projeto (Figura 57). Esta solução revelou ser uma vantagem no que diz respeito à consistência da composição. Muitas vezes, as imagens que são utilizadas nos jornais são provenientes de bancos de imagens ou não apresentam o melhor enquadramento e qualidade e, por isso, a escolha da edição da fotografia em *duotone* permite criar uniformidade na página, enquanto cria uma relação simbólica com o restante grafismo. O *duotone* também permite formar uma relação com o antigo jornal do concelho O Mouranense, que no seu interior utilizava todo o conteúdo, desde textos a imagens, em azul, existindo, assim, um sentimento de familiaridade e tradição para os leitores.

Apesar disto, todas as imagens foram editadas, ajustando a sua saturação, contraste e luminosidade, principalmente nas que aparecem a cores, para que todas ficassem equilibradas com os restantes elementos. As fotografias a cores devem, portanto, ser cuidadosamente escolhidas e editadas, devido à sua função hierárquica e gráfica.

Os tamanhos das imagens adaptam-se consoante o espaço disponível, criando dinamismo e ritmo. Contudo, devem adaptar-se às colunas da grelha e à *baseline grid* do texto.

Outro local onde a imagem impera, é nos anúncios publicitários. A colocação destes elementos no jornal foi um dos processos mais complicados e mais importantes do projeto. Através das entrevistas e ao longo da investigação teórica, compreendeu-se que a publicidade é uma das formas de os jornais nacionais e, principalmente, regionais, obterem sustentabilidade financeira. O objetivo inicial era introduzir anúncios publicitários de negócios locais ou das redondezas ao longo das páginas, de modo a contribuir para a economia da região. Contudo, devido

Figura 58. Dupla página com anúncio publicitário relativo ao website do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.

ALENTEJO

# Alentejo e o alcoolismo: há cada vez mais jovens a “beber até cair”

SAÚDE • Em média, segundo o estudo “Prevenir a Utilização Nociva do Alcool”, os portugueses consomem 12 litros de álcool por ano, um dos registos mais elevados dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).

BEATRIZ TORRES VALENTE  
alentejo@vilaraiana.pt



istockphoto.com

De acordo com o estudo divulgado, o consumo excessivo de álcool vai ter impacto na saúde e na esperança média de vida. Nos próximos 30 anos, estima-se que os portugueses vejam a esperança média de vida reduzida em um ano, “devido a doenças e lesões provocadas pelo consumo diário” de mais de uma bebida por dia, no caso das mulheres, e mais de duas no caso dos homens.

Portugal apresenta um dos índices mais elevados de consumo de bebidas alcoólicas. Relativamente ao Alentejo, Virginia Santos, coordenadora do Centro de Reportagem Integrada do Baixo Alentejo e responsável de tratamento da Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, afirma que é uma das regiões que apre-

senta o maior número de consumidores de álcool de risco. Há consumidores de baixo risco, risco moderado, alto risco, consumo nocivo e, por último de dependência, explica a médica que se dedica a esta área.

“A partir do consumo de risco é natural que comecem a aparecer situações de gravidade ligadas a doenças dependentes pelo álcool”, tais como acidentes rodoviários, acidentes de trabalho, perturbações mentais, ou outras situações que colidem em causa a vida e o bem-estar das pessoas.

“Associado ao álcool, temos uma morbilidade grande e mortalidade também.”

Ao nível de números, referindo-se a dados de 2009, estiveram em tratamento 4 mil utentes nesse ano, a nível nacional. A nível regional o número foi, em média, de 2 mil utentes. Devido à pandemia ainda não foram divulgados dados mais recentes, explica Virginia Santos.

Estes utentes são grande parte do sexo masculino, com idade compreendida entre 45 e 54 anos. No entanto, destaca que a partir dos 54 anos, os sintomas provocados pela dependência são habitualmente casados ou vivem em união de facto”, caracteriza a coordenadora do CEI.

“Duas cervejas por dia não criam dependência” ou “só bebo socialmente”

Virginia Santos, explica que, ainda que um indivíduo não beba álcool diariamente, mas no fim-de-semana “bebe até cair” e chega a um estado de embriaguez severa, isto não quer dizer que a pessoa não esteja a desenvolver um problema de dependência. “A vida da pessoa gira em volta do dia em que este consumo vai acontecer”, esta é uma situação cada vez mais frequentemente e que se está a agravar, em particular na população mais jovem. Trata-se de um comportamento de dependência, assim como consumir uma ou duas cervejas por dia, pode tornar-se uma dependência, se a vida da pessoa estiver focada nessa altura do dia.

Ainda sobre os jovens, já em 2020, foram divulgados dados de um estudo feito pelo Observatório Europeu da Droga e da

Toxicodependência, que indicam que no que diz respeito ao consumo precoce de álcool aos 12 anos, Portugal fica “consideravelmente” acima da média europeia: 42% dos rapazes dizem que beberam pela primeira vez com essa idade, percentagem que desce para 29% entre as raparigas.

Sublinha igualmente que este tipo de consumo podem associar-se ao consumo de outras substâncias ilícitas, podem levar à violência doméstica ou a outras ações perigosas.

42%  
% de indivíduos do sexo masculino que beberam bebidas alcoólicas pela primeira vez aos 12 anos.

39%  
% de indivíduos do sexo feminino que beberam bebidas alcoólicas pela primeira vez aos 14 anos.

O consumo de álcool é associado às benzodiazepinas, medicamentos facilmente adquiridos, “passando de nível leve” nas farmácias. Quando ingeridos com álcool podem levar a situações graves, alerta Virginia Santos. Tanto o álcool como medicamentos deste tipo “comparam-se ali na equação”, e apesar de não ser “legal”, o consumidor está a causar graves danos à sua saúde e a terceiros também, alerta.

Sobre a pandemia, diz que se verificou um aumento no consumo diário de álcool, quando as pessoas estavam em casa, assim como quando puderam voltar a sair e conviver socialmente.

A quem pode recorrer um indivíduo com este tipo de problema? Pode falar com o seu médico de família, bem como recorrer ao Centro de Reportagem Integrada do Baixo Alentejo. Para a população mais jovem, há ainda a possibilidade de marcar consultas de prevenção dirigida. Há jovens que começam a beber muito precocemente, esta é uma consulta que pode ajudar os pais e os educadores a lidar com a situação e evitar uma situação de dependência no futuro.

**VILA RAIANA**  
MOURÃO MAIS PERTO

ção é o conelho  
s que mais sofre  
a seca no país

**Diariamente?**  
**Em [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).**

Visite o nosso website para estar atualizado diariamente do que se passa no concelho de Mourão e nos seus arredores.

Apoie a imprensa regional.  
Para saber mais sobre o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt)  
ou através das nossas redes sociais: [instagram](https://www.instagram.com/vilaraiana)  
& [facebook](https://www.facebook.com/vilaraiana) @vilaraiana

à escassez desse conteúdo e de modo a manter a coerência gráfica das páginas, propôs-se a criação de páginas destinadas apenas à colação de anúncios – quatro páginas localizadas no centro do jornal. As páginas que se encontram lado a lado com páginas de notícias, apresentam os anúncios publicitários referentes ao jornal, por exemplo sobre os meios de comunicação digital (*website* e redes sociais), subscrições e objetos complementares (Figura 58). A dupla página central apresenta os anúncios dos negócios locais. Em qualquer uma das páginas dos anúncios publicitários definiu-se um conjunto de tamanhos fixos para a venda da publicidade, de acordo com a grelha do jornal.

## COR

A cor no jornal *Vila Raiana* é um dos elementos que cria a sua identidade devido à simbologia que determinou a sua escolha. Num jornal, a cor permite criar relações de hierarquia e pontos de foco ao longo das páginas, o que se justifica por estas serem, geralmente, publicações visualmente pesadas devido às densas colunas de texto, que necessitam de elementos que produzam dinamismo à composição. Este dinamismo pode-se alcançar através da imagem (no caso do *Vila Raiana*, fotografia e na infografia) e de outros elementos gráficos, como a marca gráfica, *leads*, legendas, secções, fundo das páginas, citações, destaques, entre outros, em que a cor desempenha um importante papel.

Neste projeto prático de mestrado, pretendeu-se escolher uma tonalidade que tivesse história, que representasse o Alentejo e sua cultura. Assim, as cores que mais facilmente são identificadas como representantes do Alentejo são o azul e o amarelo, por estarem presentes na arquitetura mais tradicional. Contudo, esta conjugação também está fortemente presente na azulejaria um pouco por todo o país, tendo vindo a ser utilizada exaustivamente em várias marcas. Por este motivo, tentámos encontrar cores que mantivessem relação com a cultura do concelho e do Alentejo, acabando a escolha por recair sobre o **azul e o laranja queimado**.

**SAÚDE** ● *Em média, segundo o estudo “Prevenir a Utilização Nociva do Álcool”, os portugueses consomem 12 litros de álcool por ano, um dos registos mais elevados dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).*

**Figura 59.** *Lead numa página do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.*

O azul, para além de estar representado nos elementos decorativos da arquitetura do Alentejo, é a cor principal do brasão do concelho. Mourão por ser uma vila rodeada pela barragem do Alqueva, proporciona uma paisagem onde predomina o azul da água, em contraste com o tom castanho-dourado da paisagem árida do Alentejo. O azul é, portanto, a cor complementar do projeto.

A cor principal do jornal Vila Raiana, que também está presente na marca gráfica é o laranja queimado, cuja simbologia passa por representar o calor do Alentejo, a paisagem árida que o sol quente produz, a cor da terra, do barro, que se destaca na olaria. Além disso, quando visitamos um dos locais mais atrativos e turísticos do concelho de Mourão, o castelo, observamos um manto de cor de tijolo produzido pelos telhados das casas.

## OUTROS ELEMENTOS GRÁFICOS

De modo a complementar graficamente o jornal e a melhorar a navegação e compreensão do conteúdo, produziu-se um conjunto de elementos complementares.

No caso dos *leads* (Figura 59), utiliza-se uma bola cor de laranja que divide a indicação da temática com a frase de introdução ao artigo a azul. Esta bola é também um elemento de rápida identificação na página o que permite ao leitor reconhecer rapidamente onde inicia o artigo, pois o *lead* encontra-se sempre antes da mancha de texto. Além disso, a bola a laranja é um elemento gráfico que remete para o círculo da marca gráfico, o que cria uma ligação entre o conceito e a composição da página. Esta bola (em dimensões inferiores) também se encontra no fôlio da página e no final de cada artigo para indicar a sua conclusão.

Para que o leitor não se perca na leitura do artigo quando este continua na página seguinte, é colocada uma seta azul ou a indicação que o texto continua na página seguinte. Seguindo este princípio, foi colocada uma seta azul no início dos destaques dos artigos que pode aparecer apontada para cima – quando é uma informação positiva – ou para baixo – quando é uma informação negativa (Figura 60).

Na identificação do autor do artigo, foi colocada uma linha pontilhada na vertical, de modo a permitir distinguir esta informação dos restantes conteúdos textuais. Este pontilhado, como é o caso da bola laranja referida anteriormente, remete ao detalhe da chaminé mourisca representada na marca gráfica (Figura 61). Quando estamos a referir um artigo de opinião, é apresentado uma ilustração realista do autor, utilizando o formato circular, estando em concordância com a bola laranja abordada anteriormente (Figura 62).

Ao longo do jornal, pensou-se colocar códigos QR para que os leitores possam ter acesso a conteúdos audiovisuais na plataforma online, criando uma interação entre o objeto impresso e o objeto digital e, assim, cativar a população mais jovem a ler o jornal impresso (Figura 63).

## PRIMEIRA PÁGINA

A primeira página de um jornal é o primeiro impacto que o leitor tem com o objeto. O *Vila Raiana* inicia com o cabeçalho contendo a marca gráfica e a *tagline*, ocupando toda a largura da grelha (Figura 64). De seguida, contém uma linha de informações técnicas, como os diretores do jornal, a periodicidade, o *website*, o mês, o número da edição e o preço. Na primeira página pretendeu-se criar uma composição que destaca o artigo principal da edição através da colocação de uma fotografia e a manchete em grandes dimensões complementada com um *lead* para introduzir o tema ao leitor. Além disto, também se colocaram títulos de artigos de destaque no jornal com referência à sua secção, temática e página, criando um género de índice do conteúdo.

### ↘ O CONCELHO DE ÉVORA, CAPITAL DO DISTRITO, TEVE ESTE ANO A MAIOR QUEDA DA ÚLTIMA DÉCADA (5,1%).

Figura 60. Destaque negativo no jornal *Vila Raiana*. Fonte: Investigadora, 2022.

⋮ MARIA PIRES ROSADO  
alentejo@vilaraiana.pt

Figura 61. Assinatura de autor do artigo de opinião no jornal *Vila Raiana*.  
Fonte: Investigadora, 2022.



ELÍSIO ESTANQUE  
opinião@vilaraiana.pt

Figura 62. Assinatura de autor do artigo de opinião no jornal *Vila Raiana*.  
Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 63. Dupla página com código QR no jornal Vila Raiana.

Fonte: Investigadora, 2022.



# Oil Dorado: o retrato de um Alentejo desfigurado pelas monoculturas intensivas

**AMBIENTE**  
 Ao longo de quatro anos, um Alentejo descharacterizado pelas monoculturas intensivas e superintensivas de olival e amendoeira, o geógrafo e fotógrafo André Paxávia desenvolveu o projecto Oil Dorado.

ANA MARGUES MAIA  
 @anamarquesmaia

“Hoje, a homogeneidade de culturas domina numa região que está, em mais de 70%, na mão de grupos estrangeiros. Sem respeito pela paisagem ou tradições locais, os custos para a região são imensos.”

“Qualquer pessoa que conheça minimamente o território alentejano percebe que, de há vários anos a esta parte, a paisagem se alterou de forma abismal.” Hoje, refere o fotógrafo e geógrafo André Paxávia em entrevista, as culturas intensivas e superintensivas de olival amendoal impõem sobre todas as outras. “Antes existia grande variedade de culturas de sequeiros de grande. Hoje, a homogeneidade de culturas domina numa região que está, em mais de 70%, na mão de grupos estrangeiros. Sem respeito pela paisagem ou tradições locais, os custos para a região são imensos.” É o sobre estes custos que versa o projecto Oil Dorado, com enfoque no olival, que procura financiamento para a sua materialização em formato de trabalho na plataforma de crowdfunding Indiegogo. O projecto de Paxávia descreve “a mutação silenciosa” do “território prometido do Alentejo”. “Bregado a partir de maior lago artificial da Europa, onde crescem oliveiras aos milhares, asertivos nos milhios, entreguencos-se piscinas e arribanta-se o orgulho da região”, pode ler-se na introdução do livro. “Na sombra desta cortina, encontrei a morte atroz da paisagem alentejana que um dia conheci”. “Num ano excepcional para a produção de azeitona — a maior produção da história do país devido à variabilidade dos olivais estrangeiros ou luso-estrangeiros — fez sentido olhar atentamente para o que está a acontecer”. “Visto de longe, um olival acabado de plantar parece um cemitério americano”, observa Paxávia. “Ele domina o mundo de verde em quilómetros e quilómetros até perder de vista.

Esta é a nova realidade no Alentejo, sobretudo em Beja, Serpa, Moura, Ferreira do Alentejo.” De forma sucinta, quais as implicações deste tipo de culturas para a região? São intensas e tocam as vertentes ambientais, económicas e demográficas. Paxávia começa por referir a transformação dos terrenos em olival, que implica a remoção de tudo o que profunde “já estar anteriormente” e a “reformação tendo em vista o favorecimento da plactação, do funcionamento das máquinas e da água”. As culturas anteriores são substituídas por monocultura, eliminando a biodiversidade, alterando o habitat de inúmeras espécies animais.

“Vegetação e comunidades de aves vêm os seus habitats destruídos.”

A proximidade dessas culturas de sistemas habitacionais, de aldeias e conjuntos de casas, obriga as populações ao convívio regular com fitofármacos e químicos correctores desses olivais, que contaminam as águas. “As famílias que dependem as suas casas quando sabem que vão existir preferências, não querem estar presentes”. As implicações para a saúde, as consequências directas do convívio com estes agrotóxicos, ainda carecem de avaliação. Paxávia afirma que “a qualidade de vida das populações é afectada”. Não apenas pela proximidade das culturas per se, mas também pela proximidade de unidades fabris de transformação do excedente da azeitona — cascas de resíduos da polpa e fragmentos do caroço da azeitona — em óleo de bagaço de azeitona e biomassa. “No processo de

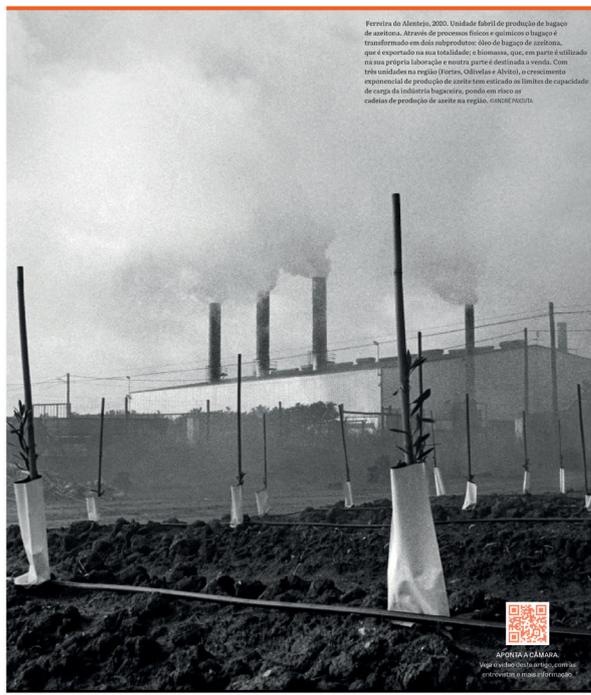


Beja, 2018. Nas monoculturas intensivas e superintensivas, atingem-se cerca de 200 a 1000 árvores por hectare, respectivamente, sendo no entanto necessária a instalação de um sistema de rega, a aplicação regular de químicos correctores e fitofármacos para o controlo de pragas, de modo a estender a sua produção por duas a três décadas. No entanto, no duplo de produção, estas modificações traduzem-se num aumento significativo do retorno económico. CÂNDIDE PAIXIVA



Ferreira do Alentejo, 2020. Basilicos que a unidade fabril liberta para o ar ficam sobre as habitações, sobre os campos, as ruas, deteriorando a qualidade do ar e a qualidade de vida dos habitantes de Ferreira. “Aquí não se vivem saudáveis, não se entende a vida das habitantes da com. O nível económico há 12 anos”, comentou.

transformação, estas unidades utilizam o próprio bagaço seco como combustível, emitindo das suas chaminés gases particulados gordurosos, altamente poluentes, com cheiro muito intenso, nauseabundo”, pode ler-se no interior do livro Oil Dorado.



Ferreira do Alentejo, 2020. Unidade fabril de produção de bagaço de azeitona. Através de processos físicos e químicos o bagaço é transformado em dois subprodutos: óleo de bagaço de azeitona, que é exportado na sua totalidade; e biomassa, que, em parte é utilizada na sua própria laboração enquanto parte destinada a resíduos. Com três unidades na região (Ferreira, Odivelas e Abóvil), o crescimento exponencial da produção de azeitona entendi no limite de capacidade de carga da indústria bagaceira, sendo em risco as cadeias de produção de azeitona na região. CÂNDIDE PAIXIVA

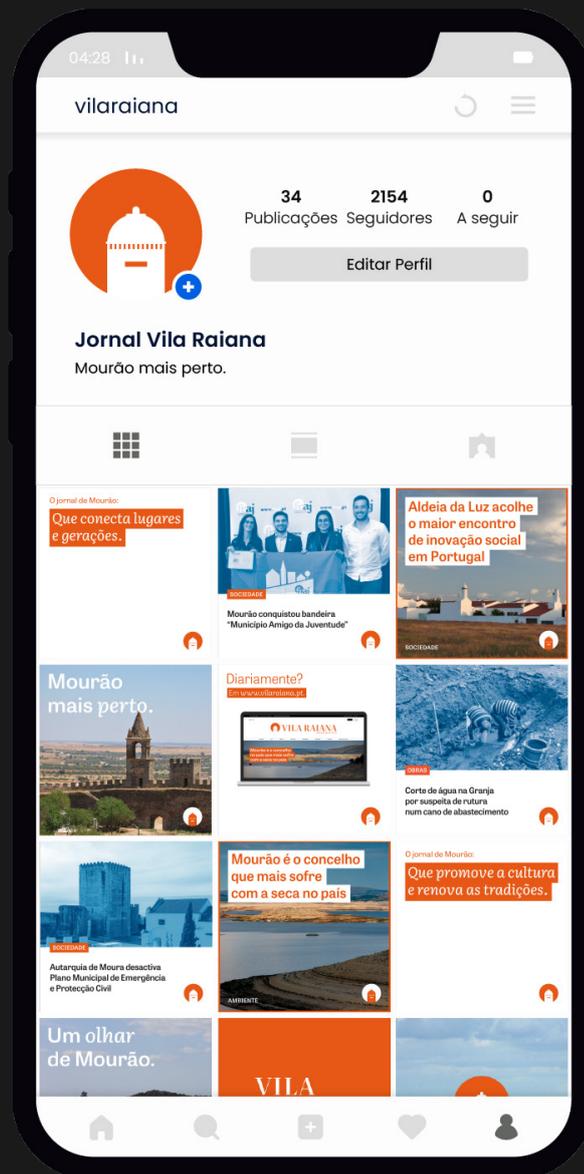


Alentejo e Alentejo. Veja o livro Oil Dorado com mais informações.

Figura 64. Primeira página do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.



**Figura 65.** Apresentação de perfil de instagram do jornal Vila Raiana.  
Fonte: Investigadora, 2022.



## 8. OBJETOS COMPLEMENTARES AO JORNAL IMPRESSO

### PLATAFORMAS DIGITAIS

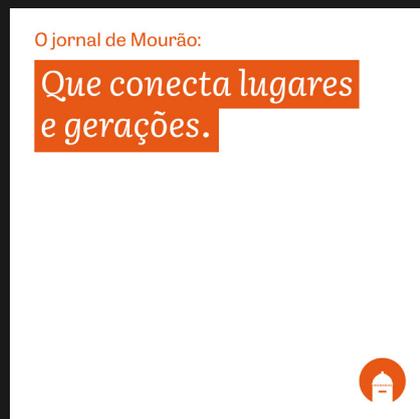
Além da revista, pretendeu-se produzir meios de comunicação digitais do jornal, como um *website*, *Instagram* e *Facebook*. Estes são complementos importantes para o projeto, pois através do inquérito foi possível perceber que a comunidade de Mourão é muito adepta da sua utilização, principalmente do *Facebook*. Contudo, esta plataforma não foi desenvolvida devido ao facto de os estudos de caso analisados nos terem demonstrado que grande parte dos perfis de *Facebook* associados a jornais apenas partilham os links dos artigos do *website*. No sentido oposto, está o *Instagram*, que por ser uma rede social que preza a utilização da imagem, requereu a criação de alguns exemplos de futuras publicações (Figura 65 e 66).

O *website* é considerada a plataforma principal, pois é nela que são publicados os conteúdos que serão posteriormente partilhados nas redes sociais, permitindo chegar a um maior número de leitores. Este suporte pretende ser um complemento ao objeto impresso, devido ao longo período entre as edições. Pretende apostar na publicação de conteúdos mais sucintos, curtos e imediatos, ao contrário do jornal que preza conteúdos aprofundados, de análise e investigação. É possível também através da subscrição online ter acesso a conteúdos online mais extensos e aos conteúdos que estiveram presentes na última edição impressa do jornal.

Relativamente ao design do *website* do jornal, este acompanha a identidade do objeto impresso, através da utilização da mesma paleta cromática, dos mesmos tipos de letra, da mesma forma de tratamento de imagem recorrendo ao *duotone* e, principalmente, da mesma linguagem gráfica. Além disso, a marca gráfica mantém-se, acompanhada da *tagline*, posicionada no topo da página *web* criando o seu cabeçalho, tal como no jornal impresso. O *website* permite aos leitores ter acesso ao perfil individual, através do botão “Entrar”, realizar uma assinatura do jornal digital e ter acesso ilimitado aos seus conteúdos exclusivos, como é o caso dos artigos que já foram apresentados no

**Figura 66.** Publicações para o instagram do jornal *Vila Raiana*.

Fonte: Investigadora, 2022.



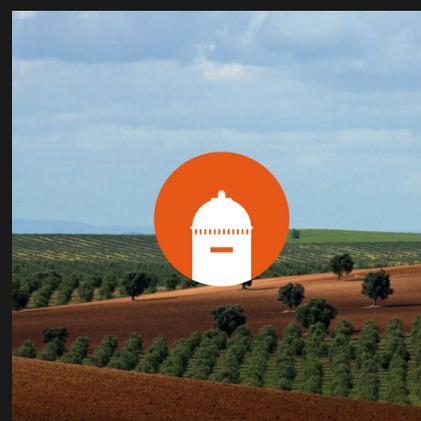
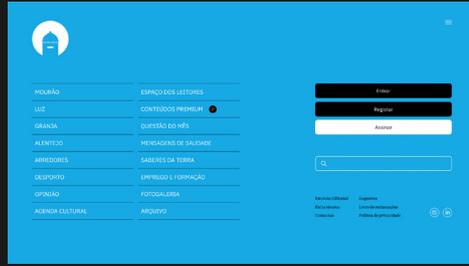


Figura 67. Menu geral do website do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 68. Homepage do website do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.



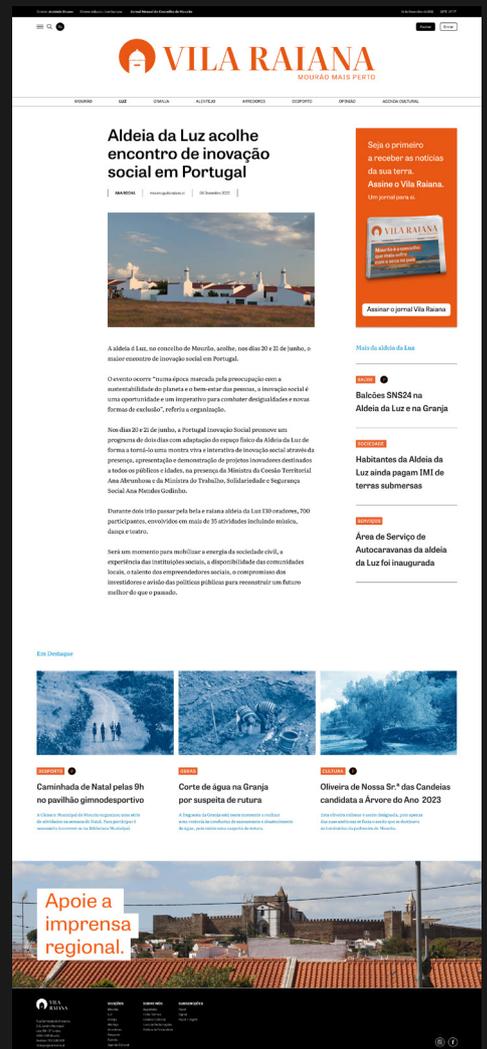
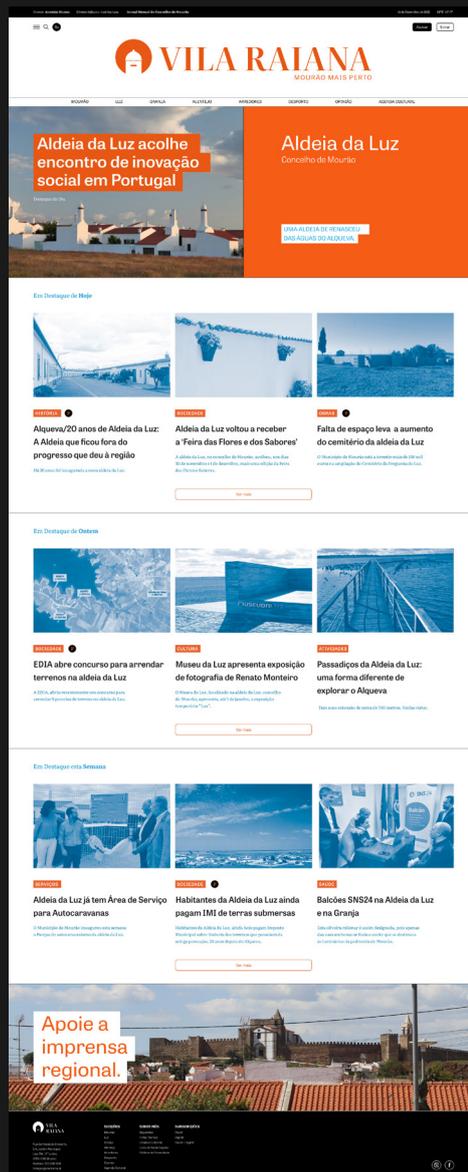
objeto impresso e/ou artigos que complementem estes e artigos mais extensos e com maior relevância, como artigos de opinião, entrevistas, reportagens. Nesta subscrição do jornal digital tem também acesso à edição *e-paper* do jornal impresso. Outras modalidades são a assinatura do jornal impresso, que permite receber em casa o objeto impresso e os seus complementos, e a assinatura do impresso com o digital. Ainda no cabeçalho do *website*, o leitor tem acesso a um menu geral (Figura 67), à zona de pesquisa e a um botão que permite aumentar o tamanho de letra dos conteúdos, de modo a facilitar a leitura para pessoas com visibilidade reduzida.

Por baixo da marca gráfica, temos uma barra de navegação com as secções principais, que também estão presentes no jornal impresso. Desse modo, o leitor associa diretamente os conteúdos que pretende ler, devido à familiaridade com a estrutura editorial do jornal impresso.

Após isto, o jornal apresenta diariamente um artigo de destaque na *homepage*, utilizando uma imagem ao longo de toda a largura da página que indica a temática e o título. Por baixo, são apresentados os três artigos de destaque secundário, cada um com uma imagem de dimensões menores em *duotone*, a temática, o título e um *lead*. Isto repete-se nas páginas dos artigos para que no final da leitura sejam apresentadas novas alternativas de leitura (Figura 68). De seguida, antes da introdução das secções do jornal na *homepage*, temos a informação meteorológica das freguesias do concelho e a questão do mês. Na zona das secções, no final da página principal, está presente uma pequena indicação acerca dos artigos que contempla e, na zona mais à direita, um artigo dessa mesma secção. Isto repete-se ao longo de todas as secções.

Figura 69. Secção da aldeia da Luz no website do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.

Figura 70. Página de artigo do website do jornal Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.

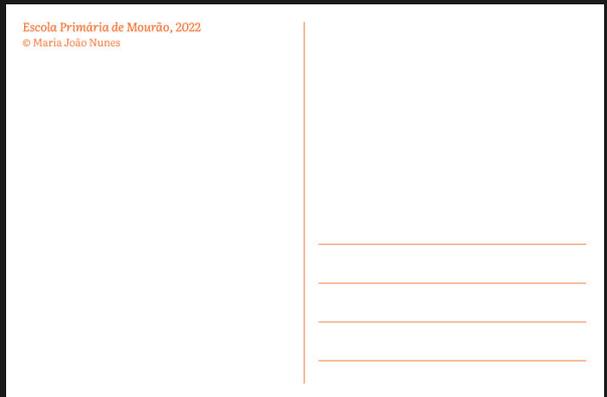
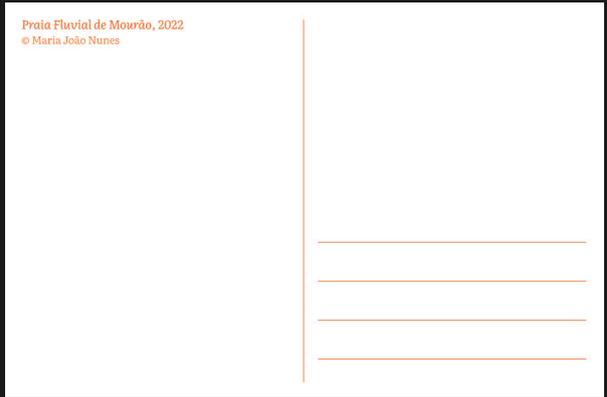
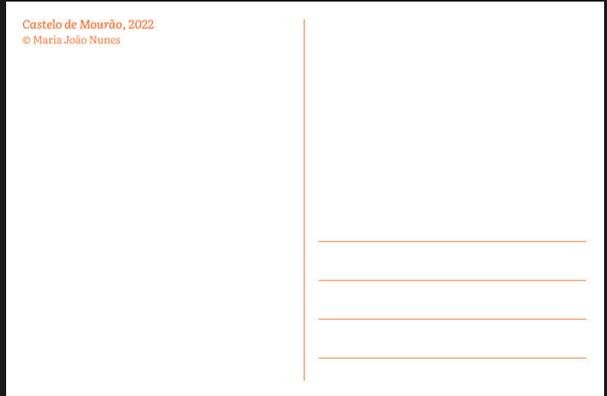
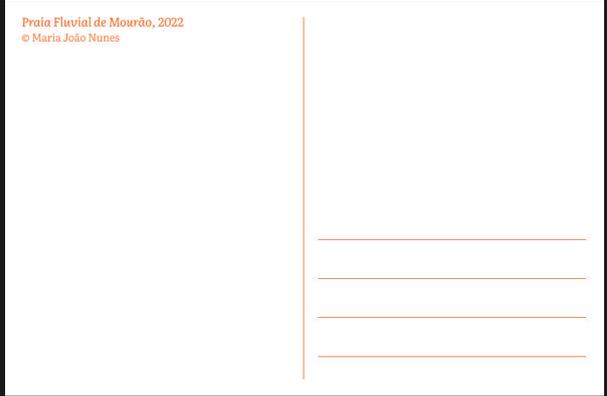


Nas páginas específicas às secções (Figura 69), como é o caso da página *web* referente à secção da aldeia da Luz, mantem-se a mesma lógica na *homepage*, com um artigo de destaque no topo seguindo-lhe três filas distribuídas por ordem cronológica: "Em destaque de Hoje", "Em destaque de Ontem" e "Em destaque esta Semana".

No final das páginas, temos os contactos e a morada da redação, informações complementares, como as redes sociais, subscrições, parcerias, entre outros. Na página de contacto (Figura 70), também permite aos leitores enviar a sua história, receita, poema, fotografia e/ou mensagem, uma forma de manter o interesse da população pelo objeto impresso e se sentir parte de uma comunidade através do seu contributo.

O *website* do jornal apresenta um design simples que seja acessível a várias faixas etárias.

**Figura 71.** As 12 variações, frente e verso, dos postais mensais do jornal *Vila Raiana*.  
Fonte: Investigadora, 2022.





Rebanho de Ovelhas, 2022  
© Maria João Nunes

---



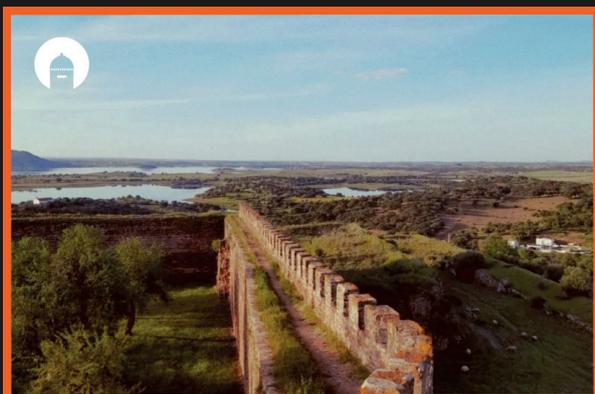
---



---



---



Castelo de Mourão, 2022  
© Leonardo Tertuliano

---



---



---



---



Monte Alentejano na Luz, 2022  
© Marco Prim

---



---



---



---



Paisagem do Alqueva em Mourão, 2022  
© Tournier Pauline

---



---



---



---



Chaminé Mourisca, 2022  
© Tournier Pauline

---

---

---

---



Ponte de acesso a Mourão, 2022  
© Marco Prim

---

---

---

---



Paisagem do Pôr do Sol em Mourão, 2022  
© Marco Prim

---

---

---

---



Castelo de Mourão, 2022  
© AnaCb

---

---

---

---

## COMPLEMENTOS IMPRESSOS

Os complementos impressos do jornal, pretendem ser um atrativo para a compra do jornal impresso, pois apenas através da compra mensal do jornal se pode ter direito a estes objetos.

O primeiro tipo de objeto pensado neste contexto foram os cartões-postais, a distribuir em conjunto com o jornal impresso todos os meses. O objetivo seria o de incorporar as fotografias enviadas para a rubrica “Olhar Mourão” do jornal impresso. Estes postais pretendem reativar o hábito de enviar postais e pretendem reforçar o elo de ligação entre a comunidade migrante e a comunidade residente, incentivando a escrever mensagens (Figura 71). Se o leitor não pretender utilizá-los para este propósito, incentiva-se que os use para escrever memórias que tenha de Mourão e os envie para a redação que, as publicará na rubrica “Mensagens de Saudade”. Pode ainda guardar como recordação ou completar a coleção de 12 postais por ano.

Além deste conjunto de postais, foram desenhados outros objetos complementares de menor relevância, como um panfleto mensal da agenda cultural de Mourão que, apesar destas informações constarem no jornal impresso e no website, serve de resumo das atividades que iram decorrer, estando disponível para qualquer pessoa, desde residentes com dificuldades na utilização dos meios digitais a turistas (Figura 72).

Para os residentes com idade mais avançada e/ou com dificuldades de locomoção, realizou-se um género de cinta (Figura 73) que se encontra colocada na porta das habitações para que seja fácil a identificação dos locais a entregar o jornal impresso. Além disso, esta cinta ao estar exposta nas portas é um meio de difusão do jornal. Por último, outros objetos complementares desenhados com a função de informar e difundir o jornal Vila Raiana destaca-se um totebag (Figura 74) e um conjunto de cartazes (Figura 75).

Figura 72. Panfleto mensal da agenda cultural de Mourão.

Fonte: Investigadora, 2022.



# ESTE MÊS

...em Mourão.

## EXPOSIÇÃO

### “La Nueva Luz - memória de un trasladado

07 — 26 de Dezembro  
● Galeria Municipal

## MERCADO

### Mercado de Natal

10 de Dezembro  
● Jardim Municipal

## EXPOSIÇÃO

### “A Cor do Património”

13 — 26 de Janeiro  
● Galeria Municipal



## ATIVIDADE CULTURAL

### Atividades de Natal

18 — 22 de Dezembro  
26 — 29 de Dezembro  
● Oficina Mourisca

Tapeçaria Criativa  
Biscoitos Divertidos  
Dança  
Cerâmica  
Atividades Desportivas

## ATIVIDADE MUSICAL

### Concerto de Natal

18 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 21:30h

## ATIVIDADE RELIGIOSA

### Missa do Galo

24 de Dezembro  
● Igreja de São Braz  
Granja — 18:30h

● Santuário de Nossa Sr. da Luz  
Luz — 20h

● Igreja de Nossa Sr. das Candeias  
Mourão — 22h



## ATIVIDADE DESPORTIVA

### Caminhada

24 de Dezembro  
● Ginásio Municipal — 18h

## ATIVIDADE CULTURAL

### Fogo de Artifício da Passagem do Ano

24 de Dezembro  
● Castelo de Mourão — 23:59h

INTERIOR

Figura 73. Cinta para colocar o jornal  
Vila Raiana. Fonte: Investigadora, 2022.



Figura 74. Totebag do jornal Vila Raiana.

Fonte: Investigadora, 2022.



Figura 75. Cartazes do jornal Vila Raiana.  
Fonte: Investigadora, 2022.

Participe na sua  
imprensa regional

Um jornal para si



Envie a sua **história, receita, poema, fotografia** e/ou **mensagem** e faça parte da comunidade do jornal Vila Raiana.

Apoie a imprensa regional.  
Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, Instagram e Facebook, @vilaraiana.




Diariamente?

Em [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).

Visite o nosso website para estar atualizado diariamente do que se passa no concelho de **Mourão** e nos seus arredores.

Apoie a imprensa regional.  
Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, Instagram e Facebook, @vilaraiana.



## Uma mensagem pode diminuir a saudade.

Cartões-postais colecionáveis



Envie um cartão-postal pelo correio para qualquer parte do Mundo ou coleccione os 12 postais do próximo ano de 2023.

Campanha apenas disponível para subscritores do jornal impresso.  
Para subscriver a edição mensal do **VILA RAJANA**, por favor ir ao nosso website [www.vilarajana.pt](http://www.vilarajana.pt) ou contactar-nos 266 886 600.

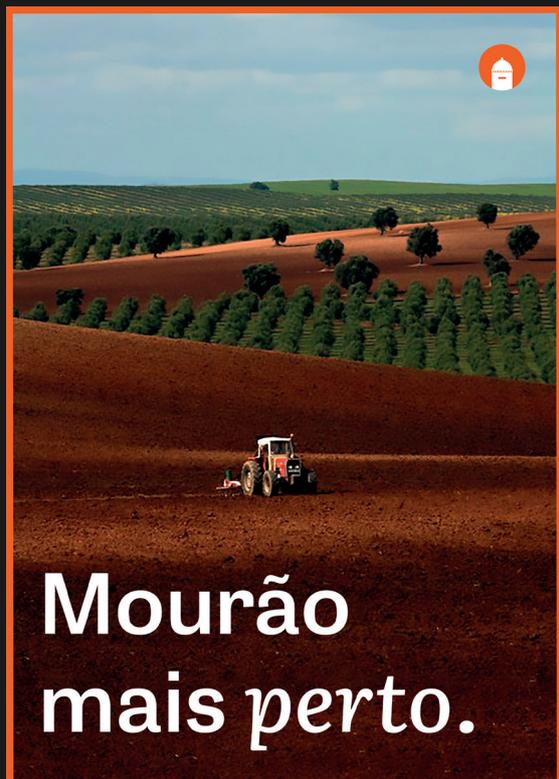


## Um olhar de Mourão

Partilhe como vê a beleza do município de **Mourão** e veja a sua fotografia integrar a próxima edição do jornal.

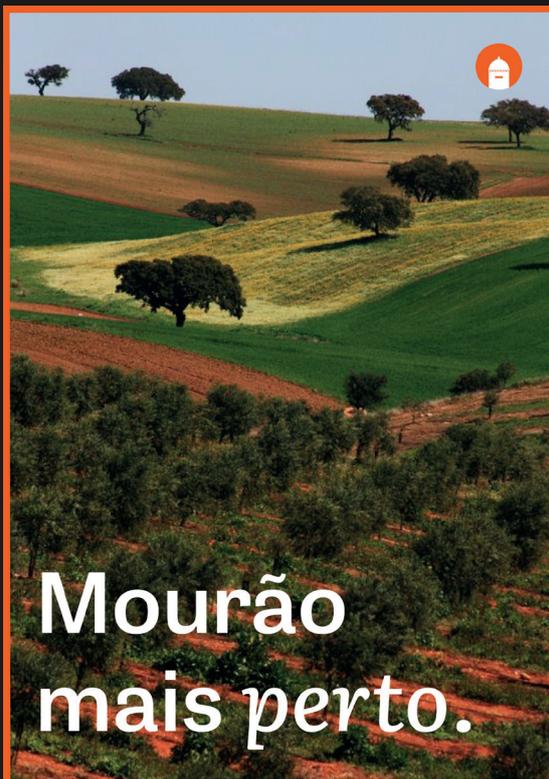
Apoie a imprensa regional.  
Para saber mais visite o nosso website [www.vilarajana.pt](http://www.vilarajana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, instagram e facebook, [@vilarajana](https://www.facebook.com/vilarajana).



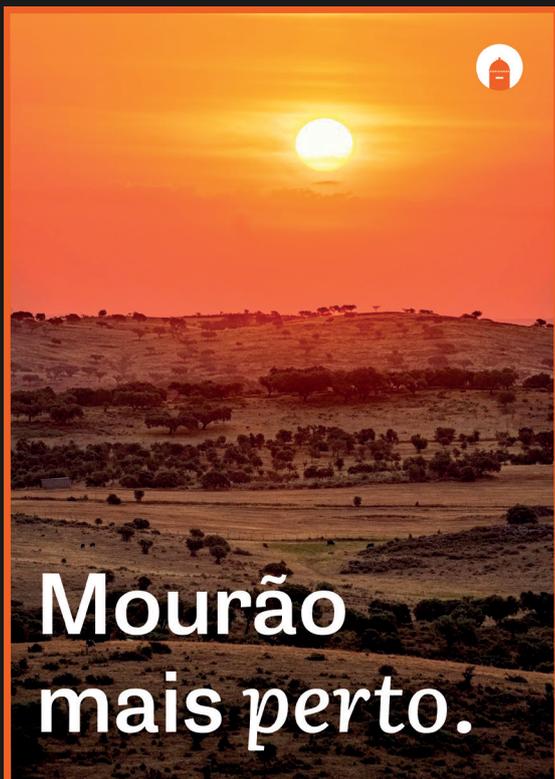


O jornal de Mourão:

*Que promove a cultura e renova as tradições.*



**Mourão  
mais perto.**



**Mourão  
mais perto.**

O jornal de Mourão:

*Que une uma comunidade separada pela distância.*



## 9. AVALIAÇÃO DO PROJETO EDITORIAL

A avaliação do objeto impresso, que é o principal foco desta investigação, tem como objetivo submeter o projeto ao escrutínio de especialistas da área, de modo a confirmar se as opções de projeto foram adequadas e a identificar possíveis falhas e melhorias a introduzir. Para esta avaliação ser produtiva, é essencial a escolha de avaliadores com profundos conhecimentos sobre a área de estudo em questão – o design editorial de jornais.

Para realizar a avaliação deste projeto contactámos a Diretora de Arte do jornal Público, designer Sónia Matos, e o Diretor de Arte do jornal Expresso, designer Marco Grieco, por serem dois dos maiores especialistas da área no nosso país, que diariamente colocam em prática os conceitos estudados nesta investigação e que têm um vasto percurso profissional no design e no redesign de jornais regionais.

A avaliação da especialista Sónia Matos decorreu na sede do jornal Público, com a oportunidade de folhear uma maquete do jornal Vila Raiana. A avaliação do especialista Marco Grieco, por falta de disponibilidade do especialista, decorreu via e-mail, através da análise da versão PDF do jornal Vila Raiana.

O processo de avaliação iniciou-se através de uma pequena explicação do conceito e do processo de design do objeto. A designer Sónia Matos (Apêndice P) iniciou a sua avaliação referindo que o jornal já estaria apto para ser publicado. Prosseguiu com o elogio da utilização de um elemento gráfico, os círculos, que remetem à forma do símbolo da marca gráfica e que criam ligação e coerência com todo o objeto. Contudo, referiu também que esse uso foi em demasia, levando este elemento a ser banalizado e a perder importância na página. Sugeriu, portanto, perceber em que casos é que esta utilização realmente é importante, referindo como exemplo o caso das legendas, em que o uso do elemento nada acrescenta. Esta chamada de atenção foi útil e esta foi uma das alterações realizadas pela investigadora.

Relativamente ao fólho e às secções, Sónia Matos referiu que existia um certo desequilíbrio na hierarquia dos tamanhos e de como esses elementos estavam dispostos, sugerindo variadas alternativas que possibilitaram, com o comentário de Marco Grieco (Apêndice O), chegar a uma solução final equilibrada. Além desta questão de hierarquias, referiu que seria necessário haver uma outra forma de distinguir as rubricas dos restantes artigos. A avaliação de Marco Grieco, apesar de sucinta, também refere que deveria haver uma melhor definição das hierarquias dos artigos sugerindo a utilização da fonte serifada como possível solução, que acabou por ter sido adotada. Desta forma, os artigos que são rubricas permanentes apresentam-se com o tipo de letra serifada a azul e as restantes rubricas de autor apresentam o antetítulo, composto em caixa alta serifada a azul e o título a serifado a preto. Esta alteração foi essencial, não só para uma melhor definição da hierarquia, como também para permitir criar dinamismo na composição com os diferentes estilos.

Sónia Matos sugeriu ainda a utilização de outro elemento que não as linhas duplas verticais antes do nome do autor, de modo a estabelecer melhor ligação com a marca gráfica. Elemento este que também poderia vir a servir para a diferenciação das rubricas indicadas anteriormente. Chegou-se a realizar essa experiência, contudo, considerou-se mal sucedida, pois ficava visualmente pesado. A especialista referiu ainda pequenos apontamentos que poderiam ser tidos em conta, mas no geral referiu que o objeto está bem conseguido.

Na sua avaliação, Marco Grieco começou por elogiar a proposta do projeto de jornal, destacando a paleta cromática, os elementos de destaque nas páginas e o fio no topo das fotos principais.

As alterações realizadas tiveram em consideração todos os comentários e soluções propostas pelos especialistas, tendo sido testadas e discutidas em consonância com o parecer da professora orientadora e também designer Elisabete Rolo. Todos estes passos foram essenciais para o sucesso do processo de realização do projeto e para um resultado em relação ao qual temos segurança.



## SÍNTESE CONCLUSIVA

O desenvolvimento do jornal *Vila Raiana*, um projeto de design editorial realizado de raiz, contou com um conjunto de elementos que influenciou todas as decisões realizadas e determinou o seu resultado. O estudo de casos e os inquéritos exploratórios foram os dois métodos de recolha e análise de informação que melhor permitiram à investigadora definir o conceito do jornal regional *Vila Raiana*.

Como pontos fortes deste projeto, destaca-se a criação de rubricas no jornal impresso com vista à motivação para a leitura por parte do público-alvo, rubricas estas que não só propõem ao leitor ser parte constituinte na criação do conteúdo, como também permitem conectar o leitor ao local. A escolha dos tipos de letra e o tratamento de texto foram também processos essenciais para este projeto, aos quais foi dedicado bastante tempo. O jornal apresenta em todos os seus objetos gráficos fotografias tiradas pela autora, elemento que muito influencia visualmente o objeto.

Nos pontos menos positivos que a investigadora observa, destaca-se a dificuldade em encontrar artigos noticiosos e fotografias sobre o concelho de Mourão que fossem diferenciadores para o leitor. Dos conteúdos presentes nesta edição do jornal, alguns foram selecionados de outras publicações com pequenas alterações e outros foram criados na totalidade, de modo a ajustarem-se ao conceito do projeto.

Após os comentários realizados pelos especialistas na avaliação final e a discussão das alterações viáveis a introduzir, considera-se que o conceito dos objetos conseguiu interligar a cultura do concelho com o projeto, através da marca gráfica, das cores, da fotografia e do conteúdo e que, através das rubricas concebidas, o jornal *Vila Raiana*, mostra que o design editorial consegue contribuir para a dinamização local e para a união com a comunidade migrante, bem como ser um meio de criação do sentido de pertença ao lugar.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (DO CAPÍTULO)

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolonda — **Editorial design: digital and print**. London: Laurence King Publishing Ltd, 2014. ISBN 978-1-78067-164-2.

FRASCARA, Jorge — **Communication Design: Principles, Methods and Practice**. New York: Allworth Press, 2004. ISBN 978-1-58115-365-1.

MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce — **Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions** [Em linha]. [S.l.] : Rockport Publishers, 2012 [Consult. 5 dez. 2022]. Disponível em WWW: <URL:http://choicereviews.org/review/10.5860/CHOICE.49-5403>. ISBN 978-1-59253-756-3.

TYPETOGETHER — **Literata Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/literata-font>.

TYPETOGETHER — **Tablet Gothic Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/tablet-gothic-font>.



# CONCLUSÃO



## CONCLUSÕES

A presente investigação deu origem ao projeto do jornal regional para o concelho de Mourão, Vila Raiana, tendo como público-alvo a população residente e migrante do concelho. Este objeto teve como principal mote reforçar o sentimento de união entre os residentes e migrantes com a vila.

A pesquisa realizada no **capítulo 1** procurou contextualizar as dinâmicas migratórias do país, da região do Alentejo e do concelho de Mourão, e observar, em particular, as principais razões que, ao longo do tempo, têm contribuído para este problema, que na sua grande maioria é causado pela falta de emprego e de infraestruturas. Esta problemática leva a que os polos urbanos de Portugal, como é o caso das áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, estejam sobrelotados. Após a compreensão desta questão, achou-se pertinente restringir a temática e concentrar o estudo na região de Mourão, procurando conhecer profundamente os hábitos, costumes e tradições, bem como, parte do seu património cultural. Ainda neste capítulo, realizou-se um breve estudo acerca das publicações periódicas que existiram no passado no concelho de Mourão, permitindo à investigadora recolher informações acerca dos artigos e temas abordados, para posteriormente, aplicar no projeto prático.

No capítulo seguinte (**capítulo 2**), conduzimos uma investigação focada na temática da imprensa. No primeiro tópico, procurámos abordar a evolução histórica da imprensa, partindo do nível internacional para o nacional, e focando especificamente os jornais, visto que é o objeto central desta investigação. Posteriormente, realizou-se uma análise, a nível nacional, da circulação e das vendas de jornais, que permitiu identificar os motivos das suas oscilações. Ainda neste capítulo, procurou-se recolher e comparar diferentes perspetivas acerca da utilização dos meios de comunicação digitais, pretendendo compreender se estes são um complemento, uma ameaça ou uma necessidade do objeto impresso. Acerca da imprensa regional, analisou-se a importância desta num determinado local e a sua relação

com os meios de comunicação digitais. Também se aferiu que os jornais regionais, por terem um público-alvo de nicho, têm mantido índices de comercialização mais consistentes, e podem vir a constituir uma solução para a queda de vendas e circulação desta indústria. Foi ainda estudada a relação da imprensa com as comunidades residentes e migrantes de determinadas regiões do país, especificamente, de regiões rurais.

No último capítulo do enquadramento teórico (**capítulo 3**), abordou-se a temática do design editorial de jornais, focando especificamente conceitos base fundamentais ao desenvolvimento e implementação do projeto prático. Dentro deste capítulo, procurou-se explorar quais as necessidades visuais de um jornal, bem como a influência dos seus componentes na relação com o leitor e, naturalmente, na perceção do conteúdo. Assim, foram recolhidos conhecimentos acerca da composição e dos elementos gráficos constituintes de um jornal impresso – como formato, grelha, tipografia, imagem e cor – que se procurou pôr em prática no desenvolvimento do projeto. Esta recolha foi um dos processos essenciais para o decorrer desta investigação. Além disto, realizou-se uma breve contextualização dos meios de comunicação digitais e que elementos diferenciadores utilizam em comparação com o objeto impresso.

Na segunda parte desta investigação, referente ao Projeto Prático, procurou-se, no **capítulo 4**, utilizar metodologias de recolha e análise de modo a observar as diferentes soluções gráficas que podem ser empregues nos jornais impressos e a definir o conceito com maior rigor e exatidão. O estudo de casos, uma das metodologias selecionadas para investigação ativa, permitiu examinar de que forma os conceitos anteriormente estudados nos capítulos do enquadramento teórico são implementados nos jornais da atualidade. A segunda metodologia foi a realização de inquéritos exploratórios à população residente e migrante do concelho de Mourão. Através destes, recolheram-se dados essenciais para a definição do conceito do objeto final desta investigação – um jornal regional. Além disto, o inquérito possibilitou conhe-

cer profundamente os hábitos, rotinas e necessidades do seu público-alvo relativamente a jornais impressos e digitais.

Por último, no **capítulo 5**, é relatado o processo de colocação em prática de todas as informações recolhidas e analisadas ao longo da investigação, através do desenvolvimento do projeto prático – o jornal regional para o concelho de Mourão. Este projeto sempre teve como objetivo central reforçar a ligação da comunidade residente e migrante com a região de Mourão. Após a definição do conceito e do seu público-alvo, seguiu-se a recolha do conteúdo e a criação das secções de informação. Esta revelou ser uma das etapas mais difíceis, devido à escassez de conteúdos existentes sobre o concelho de Mourão. Nesse sentido, a investigadora optou por adaptar artigos e produzir textos de raiz de modo a que se enquadrassem com o jornal. Após esta fase, seguiu-se a escolha dos tipos de letra, do formato e da grelha do objeto. Estes são fatores essenciais para a transmissão da mensagem ao leitor. No entanto, considera-se que a paleta cromática, a imagem e a marca gráfica são os elementos diferenciadores que permitem melhor relacionar o leitor com a região de Mourão. A avaliação informal do projeto pela Diretora de Arte do jornal Público, Sónia Matos, e pelo Diretor de Arte do jornal Expresso, Marco Grieco, foram importantes para a conclusão do projeto editorial.

Considera-se que o resultado do projeto final de mestrado – o jornal regional para o concelho de Mourão, Vila Raiana, e todo o processo investigativo desenvolvido para a sua criação – conseguiu responder aos objetivos propostos. Deste processo, destacam-se os questionários realizados que potenciaram e fortaleceram a definição do conceito e a justificação da motivação inicial do projeto.



## RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

Ao longo de todo o processo de investigação existiram alguns fatores que influenciaram de modo menos positivo o decurso do trabalho e que podem ser minimizados em futuras investigações.

Um aspeto a ter em conta é o formato do objeto editorial a conceber. O facto de termos trabalhado num formato de grandes dimensões que, naturalmente, requeria a impressão frequente em tamanho real, levou a custos elevados ao longo do processo e a dificuldades na concretização da maquete final. Existe uma fraca oferta de casas de impressão capazes de realizar a impressão nas dimensões e no tipo de papel definidos, o que constituiu um problema.

Outro aspeto a ter em conta é o local de estudo da investigação, que influencia o acesso a fontes originais, como publicações a analisar, assim como o acesso ao público-alvo a inquirir. As deslocações ao concelho de Mourão mostraram ser uma limitação não só pela distância, como pelos custos e pelo tempo despendido.

Como ponto positivo, recomenda-se a realização de entrevistas exploratórias, pois enriquecem a investigação, permitindo obter outros pontos de vista e criar contactos que condicionem positivamente o processo investigativo.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A antiga Aldeia da Luz.** — MONUMENTOS DESAPARECIDOS, 16 out. 2009. [Consult. 10 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://monumentosdesaparecidos.blogspot.com/2009/10/antiga-aldeia-da-luz.html>.
- ÅKESSON, Marie; KAUTZ, Karlheinz; ERIKSSON, Carina Ihlström — **Engaged Design Science: Developing Design Visions for the Future E-Newspaper.** Em . St. Louis: [s.n.]
- ALVES, Cristiana Filipa Neto — **A Imprensa de Proximidade em Portugal: Estratégia Editorial do Papel às Redes Sociais.** Lisboa: NOVA - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, abr. 2020 Tese de mestrado.
- ANDRADE, Vitor — **Afinal, o Alqueva valeu a pena** [Em linha], atual. 25 abr. 2017. [Consult. 29 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/economia/2017-04-25-Afinal-Alqueva-valeu-a-pena>.
- APFELBAUM, Sue; CEZZAR, Juliette — **Designing the editorial experience: a primer for print, Web, and mobile.** Massachusetts: Rockport Publishers, 2014. ISBN 978-1-59253-895-9.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolonda — **Editorial design: digital and print.** London: Laurence King Publishing Ltd, 2014. ISBN 978-1-78067-164-2.
- CAPELAS, Francisco — **Achegas para a história Mouranense «Celuloses do Guadiana»** Mourão e seus (Des)encantos, 24 abr. 2021. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://mouraoeseusdesencantos.blogspot.com/2021/04/achegas-para-historia-mouranense.html>.
- CAPUCHO, Maria José — **Mourão, o Concelho emblemático “do Alqueva”.** Em . Cabo Verde: UNIPLAGET, 6 jul. 2009
- DAMASCENO, Patrícia Lopes — **Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos.** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013 Tese de mestrado.
- DAWOOD, Sarah — **“A newspaper is not a magazine – it is not an exercise in graphic design”** [Em linha], atual. 3 jul. 2018. [Consult. 20 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.designweek.co.uk/issues/2-8-july-2018/a-newspaper-is-not-a-magazine-newspaper-design-gestalten-mark-porter/>.
- DIAS, Carlos — **Dez anos depois, a Aldeia da Luz «parece uma terra-fantasma»** [Em linha], atual. 18 nov. 2012. [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/18/local/noticia/dez-anos-depois-a-aldeia-da-luz-parece-uma-terrafantasma-1572961>.
- DIAS, Daniel — **Associações pedem a autarquias que comprem espaço publicitário a jornais locais** [Em linha], atual. 30 mar. 2020. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2020/03/30/local/noticia/associacao-portuguesa-impressao-pede-apoios-publicitarios-autarquias-jornais-locais-1910169>.

DOŠEN, Đurđana Ozretić;  
BRKLJAČIĆ, Lidija — Key design  
elements of daily newspapers:  
Impact on the reader's perception  
and visual impression. **KOME**.  
ISSN 20637330. 6:2 (2018) 62–80.

**ERC — Estudo sobre a imprensa  
local e regional em Portugal**. 1.<sup>a</sup> ed.  
[S.l.] : ERC – Entidade Reguladora  
para a Comunicação Social, 2010

ERC — **Públicos e Consumos de  
Média: O consumo de notícias  
e as plataformas digitais em  
Portugal e em mais dez países** —  
ERC – Entidade Reguladora para  
a Comunicação Social, 2014.

ESPANCA, Túlio — Concelhos de  
Alandroal, Borba, Mourão, Portel,  
Redondo, Reguengos de  
Monsaraz, Viana do Alentejo  
e Vila Viçosa. Em *Inventário  
Artístico de Portugal: Distrito de  
Évora IX*. Lisboa: Academia  
Nacional de Belas-Artes, 1978v. I.  
Estatuto da Imprensa Regional.  
Decreto-Lei n.º 106/88 (88-03-31)  
Sec. N.º 76 - 1 Série 1320–1321.

FAUSTINO, João Paulo —  
**A Imprensa em Portugal:  
Transformações e Tendências**.  
Lisboa: MediaXXI/Formalpress,  
2004. ISBN 972-99351-0-6.

FRANCHI, Francesco — One  
Newspaper, Three Newspapers.  
Em **Newspaper Design: Editorial  
Design from World's Best  
Newsroom**. Berlim: Gestalten,  
2018. ISBN 978-3-8995-536-3.  
p. 242–243.

FRASCARA, Jorge —  
**Communication Design:  
Principles, Methods and  
Practice**. New York: Allworth  
Press, 2004. ISBN 978-1-58115-365-1.

Freguesia de Granja — Junta  
de Freguesia de Granja, [s.d.].  
[Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em  
WWW:<URL:https://jfgranja.pt/>.

FREIRE, Eduardo Nunes —  
O design no jornal impresso  
diário. Do tipográfico ao  
digital. **Revista Galáxia**.  
18 (2009) 291–310.

FUNDAÇÃO GULBENKIAN —  
**Inquérito às práticas culturais  
dos portugueses** [Em linha],  
atual. 16 fev. 2022. [Consult. 18 set.  
2022]. Disponível em WWW:<UR-  
L:https://gulbenkian.pt/noticias/  
inquerito-as-praticas-culturais-  
-dos-portugueses/>.

GARCIA, Mario R. — **Pure design**.  
Florida : Miller Media, 2002.  
ISBN 0-9724696-0-5.

**Gastronomia** — [Em linha]  
[Consult. 29 ago. 2022].  
Disponível em WWW:<URL:h-  
ttp://arquivo.cm-mourao.pt/pt/  
conteudos/o+concelho/gastrono-  
mia/?redirectUrl=http://arquivo.  
cm-mourao.pt/Portal.Munici-  
pios/SSO/Auth.aspx&originalUr-  
l=http://arquivo.cm-mourao.pt/  
pt/conteudos/o+concelho/gastro-  
nomia/default.htm&logoffUrl=ht-  
tp://arquivo.cm-mourao.pt/Portal.  
Municipios/SSO/AuthLogoff.aspx>.

GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip  
— News Values and News  
Production. Em **Making the  
News**. London: Longman, 1979.  
p. 114–123.

GUERREIRO, Augusto Deodato — **História Breve dos Meios de Comunicação: Da Imanência Pensante à Sociedade em Rede**. 2.<sup>a</sup> ed. Lisboa : EDLARS-educomunicação e vida, 2018. ISBN 978-1-981138-05-0.

GUERREIRO, Chantre Alcântara — **Mourão nos séculos XIII a XVI — (Elementos para a sua História)**. Évora : Separata do Boletim «Junta Distrital de Évora», 1964

GUERREIRO, Jerónimo De A. — Palavras de Abertura. **O Mouranense**. (2 fev. 1967). 1.

HARROWER, Tim; ELMAN, Julie M. — **The Newspaper Designer's Handbook**. 7.<sup>a</sup> ed. New York : McGraw-Hill, 2013. ISBN 978-0-07-351204-04.

HENRIQUES, Gonçalo — Aldeia da Luz, uma consequência do Alqueva | Num Postal, 6 jul. 2020. [Consult. 17 abr. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://numpostal.com/aldeia-da-luz/>.

HENRIQUES, Joana Gorjão — **“A Internet mudou a nossa percepção do tempo”**

[Em linha], atual. 28 nov. 2012. [Consult. 10 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/28/tecnologia/noticia/a-internet-mudou-a-nossa-percepcao-do-tempo-1573458>.

INÁCIO, Rita Alexandra Ramos — **Ciberjornalismo no Distrito de Santarém: A perspetiva do jornalista regional**. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2015 Tese de mestrado.

INE — CENSOS 2021 – Divulgação dos Resultados Provisórios, 16 dez. 2021.

INE — **Circulação total de jornais (N.º) por Localização geográfica** [Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010323&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica** [Em linha], atual. 19 jul. 2022. [Consult. 26 out. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0009877&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual** [Em linha], atual. 25 jul. 2022. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0007462&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Exemplares vendidos de jornais (N.º) por Localização geográfica** [Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010324&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — **Jornais (N.º) por Localização geográfica** [Em linha], atual. 15 out. 2021.

[Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010316&contexto=bd&selTab=tab2>.

#### INE — **Jornais (N.º); Anual**

[Em linha], atual. 8 out. 2021. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0004133&contexto=bd&selTab=tab2>.

#### INFOPÉDIA — **Imprensa em Portugal até ao século XVII - Infopédia** [Em linha]

[Consult. 7 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$imprensa-em-portugal-ate-ao-seculo-xvii>.

#### JERÓNIMO, Pedro — **O uso da Internet na imprensa regional portuguesa**. Em . Bilbao :

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea C/Barrio Sarriena, 2011

KEMPENAAR, Annet; BRINKHUIJSEN, Marlies; BRINK, Adri Van Den — The impact of regional designing: New perspectives for the Maastricht/Heerlen, Hasselt/Genk, Aachen and Liège (MHAL) Region.

#### **Environment and Planning**

**B: Urban Analytics and City Science**. ISSN 2399-8083, 2399-8091. 46:2 (2019) 359–376. doi: 10.1177/2399808317715263.

LUDOVICO, Alessandro —

#### **Post-Digital Print: The Mutation of Publishing since 1894**. 1000.

ed. Eindhoven : Onomatopoeie, 2012. ISBN 978-90-78454-87-8.

#### LUPTON, Ellen — **Thinking with type: a critical guide for**

**designers, writers, editors, & students**. 2.a ed. New York : Princeton Architectural Press, 2010. ISBN 978-1-56898-969-3.

LUSA — **Covid-19: Sindicato dos Jornalistas pede apoio urgente para sobrevivência dos jornais e rádios locais** [Em linha], atual. 5 abr. 2020. [Consult. 31 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2020/04/05/

sociedade/noticia/covid19-sindicato-jornalistas-pede-apoio-urgente-sobrevivencia-jornais-ra-dios-locais-1911079>.

#### LUSA — **Quase metade dos portugueses lêem imprensa regional** [Em linha], atual. 22 jun.

2009. [Consult. 29 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/redeexpresso/quase-metade-dos-portugueses-leem=-imprensa-regional-f522165>.

MACEDO, André — A Full Stop Is Everything. Or Why Designers Must Sometimes Take a Half-Step Back to Take Forward. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim : Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 142–143.

MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce — **Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions** [Em linha]. [S.l.] : Rockport Publishers, 2012 [Consult. 5 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://choicere-

views.org/review/10.5860/CHOICE.49-5403>. ISBN 978-1-59253-756-3.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. — **História do Design Gráfico**. 4.<sup>a</sup> ed. São Paulo : Cosac Naify, 2009. ISBN 978-85-7503-775-1.

MUNARI, Bruno — **Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica**. 2.<sup>a</sup> ed. Barcelona : Gustavo Gili, 2016. ISBN 978-84-252-2785-1.

NORA, Gabriela — **Jornalismo impresso na era digital: uma crítica à segmentação do público e à fragmentação do noticiário**. **Rumores**. 5:10 (2011).

OBERCOM — **Jornais regionais: A análise de perfis de utilização. Actividade, desafios e políticas públicas para o sector**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2018

OBERCOM — **O Mercado Publicitário em Portugal. Prospetivas gerais e cenários de futuro: Análise de pormenor ao sector da imprensa**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2019

PATROCÍNIO, Manuel F. S. — **Vila de Mourão: O desenvolvimento histórico urbano e os seus programas edificados religiosos**. Em **Arte Sacra no Concelho de Mourão: Inventário Artístico da Arquidiocese de Évora**. Évora: Fundação Eugénio de Almeida, 2014. ISBN 978-972-8854-72-0. p. 6–11.

PORDATA — **Conheça o seu Município** [Em linha] [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios>.

PORDATA — **Contributo dos saldos natural e migratório para a variação populacional anual (%)** [Em linha], atual. 23 jun. 2022. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Contributo+dos+saldos+natural+e+migrat%C3%B3rio+para+a+varia%C3%A7%C3%A3o+populacional+anual+(percentagem)-762-6123>.

PORDATA — **Densidade populacional** [Em linha], atual. 22 ago. 2022. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Densidade+populacional-452>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: circulação total, exemplares vendidos e exemplares distribuídos gratuitamente por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+circula%C3%A7%C3%A3o+total++exemplares+vendidos+e+exemplares+distribu%C3%ADdos+gratuitamente+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-2239-178791>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: títulos publicados por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+t%C3%ADtulos+publicados+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-1308-10430>.

PORDATA — **População residente por migrações segundo os Censos** [Em linha], atual. 26 jun. 2015. [Consult. 5 jul. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+por+migra%C3%A7%C3%B5es+segundo+os+Censos-48-2623>.

PORDATA — **População residente segundo os Censos: total e por sexo** [Em linha], atual. 16 dez. 2021. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+segundo+os+Censos+total+e+por+sexo-17>.

QUINTANILHA, Tiago Lima — 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. **Observatorio (OBS\*)**. 12:3 (2018) 18.

QUINTINO, Ana Sofia Santos — **Efeitos demográficos e económicos das migrações em Portugal: o caso da Segurança Social**. Lisboa : Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2018 Tese de mestrado.

RAMOS, Maria Da Conceição Pereira — Migrações, Desenvolvimento e Dinâmicas Locais e Regionais. Em **Grandes Problemáticas do Espaço Europeu: Políticas de Ordenamento e Recomposições Territoriais nas Periferias Europeias**. Porto : Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2012. ISBN 978-989-8648-00-6. p. 63-102.

REIS, Gonçalo — **Da importância do jornalismo** [Em linha], atual. 18 jan. 2017. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://observador.pt/opiniao/da-importancia-do-jornalismo/>.

REPÚBLICA PORTUGUESA — Programa Nacional Para a Coesão Territorial, 1 out. 2017. Disponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial-/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

REPÚBLICA PORTUGUESA — Programa Nacional Para a Coesão Territorial: Implementação, acompanhamento e monitorização, 1 out. 2017. Dis-

ponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial-/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

RODRIGUES, Teresa Teresa; FERREIRA, Susana De Sousa — Portugal e a globalização das migrações. **Desafios de segurança. População e Sociedade**. 22:2014. 137-155.

ROSADO, Moisés Cayetano — **Diáspora. Pobreza, Emigración y Desarrollo** [Em linha], atual. 1 abr. 2015. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://aviagemdosargonautas.net/2015/04/01/diaspora-pobreza-emigracion-y-desarrollo-por-mois-es-cayetano-rosado-2/>.

SANTOS, Nuno Duarte Fialho Sanches Borges Dos — **Efeitos do consumo digital na imprensa escrita : evidência empírica para os jornais diários portugueses**. Lisboa : Instituto Superior de Economia e Gestão, out. 2016 Tese de mestrado.

- SANTOS, Rafael Weiblen Dos — **Desenho de Tipografia de Texto para Jornais**. Porto Alegre: Centro Universitário Ritter dos Reis, 2010
- SARAGIH, M. Yoserizal; HARAHAP, Ali Imran — The Challenges of Print Media Journalism in the Digital Era. **Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences**. 3:1 (2020) 540–548.
- Seguindo a Praxe — **O Mouranense**. (4 mar. 1895).
- SILVA, João Céu E — **Alqueva fez uma aldeia feliz e outra infeliz** [Em linha], atual. 11 jul. 2020. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.dn.pt/edicao-do-dia/11-jul-2020/alqueva-fez-uma-aldeia-feliz-e-outra-infeliz-12407555.html>.
- SILVA, Luís — Turismo e atratividade em Monsaraz: os efeitos da barragem de Alqueva. **Etnográfica. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**. . ISSN 0873-6561. 25:1 (2021) 23–45.
- SILVA, Marisa Torres et al. — Between traditional and social media: News repertoires in Portugal. **Participations - Journal of Audience & Reception Studies**. 14:2 (2017) 283–300.
- SNAZZY MAPS — **Free Styles for Google Maps** [Em linha] [Consult. 3 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:http://snazzymaps.com>.
- SOUSA, Jorge Pedro — **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2001
- SOUSA, Jorge Pedro — **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto: Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, 2008
- TAIPALE, Sakari — The relationship between Internet use, online and printed newspaper reading in Finland: Investigating the direct and moderating effects of gender. **European Journal of Communication**. 28:1 (2013) 5–18.
- TUCK, Andrew — Monocle's Singular Vision. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim: Gestalten, 2018. p. 206–207.
- TUZZO, Simone Antoniaci — **O impresso na era digital pela perspectiva dos portugueses**. Goiás : Universidade Federal De Goiás – UFG e Centro de Investigação Media e Jornalismo – CIMJ – UNL, dez. 2014
- TYPETOGETHER — **Literata Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/literata-font>.
- TYPETOGETHER — **Tablet Gothic Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/tablet-gothic-font>.
- ÜBELE, Ludwig — Georg Salden. **Baseline**. 63 (2017) 34–43. ISSN 0954-9226.



## BIBLIOGRAFIA

- 75 Newspaper Design Interview Questions Answers** — [Em linha] [Consult. 22 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.globalguideline.com/interview\_questions/Questions.php?sc=Newspaper\_Design&id=42115>.
- Agenda Cultural de Évora (distrito) — Viral Agenda -** [Em linha] [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.viralagenda.com/pt/evora>.
- Agenda Cultural do Alentejo Central** — [Em linha] [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.plataformacriativa-ac.pt/Agenda.aspx>.
- ÅKESSON, Marie; KAUTZ, Karlheinz; ERIKSSON, Carina Ihlström — Engaged Design Science: Developing Design Visions for the Future E-Newspaper. Em . St. Louis : [s.n.]
- ALVAREZ, Luciano — **A “vida privada” do touro bravo antes dos “20 minutos de fama”** [Em linha] [Consult. 9 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2018/11/24/politica/noticia/vida-privada-toiro-bravo-20-minutos-fama-1852241>.
- ALVES, Cristiana Filipa Neto — **A Imprensa de Proximidade em Portugal: Estratégia Editorial do Papel às Redes Sociais**. Lisboa: NOVA - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, abr. 2020 Tese de mestrado.
- AMARAL, Chico — The Dilema of the Snake: Considerations on Responsive Journalist Design. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World’s Best Newsroom**. Berlim: Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 112-113.
- ANDRADE, Vitor — **Afinal, o Alqueva valeu a pena** [Em linha], atual. 25 abr. 2017. [Consult. 29 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/economia/2017-04-25-Afinal-Alqueva-valeu-a-pena>.
- APCT — [Em linha] [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://www.apct.pt>.
- APFELBAUM, Sue; CEZZAR, Juliette — **Designing the editorial experience: a primer for print, Web, and mobile**. Massachusetts: Rockport Publishers, 2014. ISBN 978-1-59253-895-9.
- ARAÚJO, Rui — **Muda-se o PÚBLICO...** [Em linha], atual. 18 fev. 2007. [Consult. 30 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2007/02/18/jornal/mudase-o-publico-137167>.
- ARAÚJO, Rui — **Muda-se o PÚBLICO (II)** [Em linha], atual. 25 fev. 2007. [Consult. 30 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2007/02/25/jornal/mudase-o-publico-ii-138031>.
- Así es el nuevo diseño de EL PAÍS— 2 out. 2021. [Consult. 13 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/watch?v=FsieXbSAi9E>.
- ASSOCIAÇÃO DE PROFESSORES DE GEOGRAFIA — **Mobilidade da População: consequências** RTP Ensina, 2021. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://ensina.rtp.pt/explicador/mobilidade-da-populacao-consequencias/>.

BAGANHA, Maria Ioannis B. — As correntes emigratórias portuguesas no século xx e o seu impacto na economia nacional\*. 4.º. **Análise Social**. XXIX:128 (1994) 22.

BAPTISTA, Carla; SOUSA, Jorge Pedro — **PARA UMA HISTÓRIA DO JORNALISMO EM PORTUGAL**. [s.d.] 636.

BLAKEMORE, Erin — **Como a Pedra de Roseta desvendou segredos de antigas civilizações** [Em linha], atual. 2 ago. 2021. [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.natgeo.pt/historia/2021/08/como-a-pedra-de-roseta-desvendou-segredos-de-antigas-civilizacoes>.

BOCZKOWSKI, Pablo J.; ANDERSON, C. W. — **Remaking the News**. London : The MIT Press, 2017

BOLAÑOS MÁRQUEZ, Macarena; NUÑO MORAL, Ma Victoria — Análisis cuantitativo de las versiones impresa y digital del diario «Hoy» y «El Periódico Extremadura». **Cuadernos de Documentación Multimedia**. . ISSN 1575-9733. 24:0 (2014) 117-129. doi: 10.5209/rev\_CDMU.2013.v24.46286.

BRINGHURST, Robert — **Elementos do Estilo Tipográfico**. 3.ª ed. São Paulo : Cosac Naify, 2005

CALADO, Hugo — **Mourão: Áreas de Serviço para Autocaravanas da aldeia da Luz foi inaugurada (c/fotos)**[Em linha], atual. 8 set. 2022. [Consult. 21 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-areas-de-servico-para-autocaravanas-da-aldeia-da-luz-foi-inaugurada-c-fotos/>.

CALADO, Hugo — **Alqueva/20 anos de Aldeia da Luz: A Aldeia que ficou fora do progresso que deu à região (c/vídeo)** [Em linha], atual. 19 nov. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://odigital.sapo.pt/alqueva-20-anos-de-aldeia-da-luz-a-aldeia-que-ficou-fora-do-progresso-que-deu-a-regiao-c-video/>.

CALADO, Hugo — **Mourão: Espírito natalício invadiu o Mercado Municipal (c/fotos)** [Em linha] [Consult. 21 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-es-

pirito-natalicio-invadiu-o-mercado-municipal-c-fotos/>.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolonda — **Editorial design: digital and print**. London: Laurence King Publishing Ltd, 2014. ISBN 978-1-78067-164-2.

CAPELAS, Francisco — **Achegas para a história Mouranense «Celuloses do Guadiana»** Mourão e seus (Des)encantos, 24 abr. 2021. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://mouraoeseusdesencantos.blogspot.com/2021/04/achegas-para-historia-mouranense.html>.

CAPUCHO, Maria José — **Mourão, o Concelho emblemático “do Alqueva”**. Em . Cabo Verde: UNIPLAGET, 6 jul. 2009

CARDOSO, Joana Amaral — **PÚBLICO vence um dos mais importantes prémios de design do mundo** [Em linha], atual. 11 jun. 2009. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2009/06/11/portugal/noticia/publico-vence-um-dos-mais-importantes-premios-de-design-do-mundo-1386240>.

- CARDOSO, Lic Juan Manuel — Extremadura y Alentejo: el avance del periodismo digital transfronterizo en dos de las regiones más pobres de la UE. [s.d.].
- CARTAS A LA DIRECTORA — **La importancia de los valores para el futuro** [Em linha], atual. 21 nov. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/opinion/2021-11-21/la-importancia-de-los-valores-para-el-futuro.html>.
- CARVALHO, Manuel et al. — **Os compromissos da Direcção Editorial** [Em linha], atual. 16 ago. 2018. [Consult. 24 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2018/08/16/opinio/ noticia/os-compromissos-da-direccao-e-ditoria-1841144>.
- CHAÍÇA, Inês et al. — **Futuro Aqui - Alterações climáticas: O país que seca teme o avanço do mar** [Em linha], atual. 23 set. 2021. [Consult. 21 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/autarquicas-2021/futuro-aqui/alteracoes-climaticas-pais-que-seca-teme-avanco-mar>.
- CIMAC-COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DO ALENTEJO CENTRAL — Concelho de Mourão, [s.d.].
- Concelho** — [Em linha], atual. 26 out. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.cm-mourao.pt/municipe/mourao/concelho/>.
- COSTA SANTOS, HENRIQUE — **Qatar do Alentejo** [Em linha], atual. 28 nov. 2022. [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://visao.sapo.pt/opinio/cafe-central/2022-11-28-qatar-do-alentejo/>.
- DAMASCENO, Patrícia Lopes — **Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013. Tese de mestrado.
- DAWOOD, Sarah — **“A newspaper is not a magazine – it is not an exercise in graphic design”** [Em linha], atual. 3 jul. 2018. [Consult. 20 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.designweek.co.uk/issues/2-8-july-2018/a-newspaper-is-not-a-magazine-newspaper-design-gestalten-mark-porter/>.
- DELGADO, Matilde Ortigão — **Évora é a Capital Europeia da Cultura 2027. “Queremos levar a voz do Alentejo à Europa”** [Em linha], atual. 7 dez. 2022. [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/cultura/2022-12-07-Evora-e-a-Capital-Europeia-da-Cultura-2027.-Queremos-levar-a-voz-do-Alentejo-a-Europa-b633f2b8>.
- Estatuto da Imprensa Regional. Decreto-Lei n.º 106/88 (88-03-31) Sec. N.º 76 - 1 Série 1320-1321.
- DIAS, Carlos — **Dez anos depois, a Aldeia da Luz «parece uma terra-fantasma»** [Em linha], atual. 18 nov. 2012. [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/18/local/noticia/dez-anos-depois-a-aldeia-da-luz-parece-uma-terrafantasma-1572961>.

DIAS, Daniel — **Associações pedem a autarquias que comprem espaço publicitário a jornais locais** [Em linha], atual. 30 mar. 2020. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publi-co.pt/2020/03/30/local/noticia/associacao-portuguesa-imprensa-pede-apoios-publicitarios-autarquias-jornais-locais-1910169>.

DIAS, Marta Sofia Fialho — **O JORNAL IMPRESSO NA ERA DIGITAL A PRÁTICA DO DESIGN COMO DISCIPLINA POTENCIADORA DE NOVOS FORMATOS E SIGNIFICADOS.** Lisboa : Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, jan. 2021

DOŠEN, Đurđana Ozretić; BRKLJAČIĆ, Lidija - Key design elements of daily newspapers: Impact on the reader's perception and visual impression. **KOME.** . ISSN 20637330. 6:2 (2018) 62–80.

DURÁN, Alejandro Rodríguez — Conoce el rediseño del periódico El Paísparedro.com, 12 mai. 2015. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.

paredro.com/conoce-el-rediseño-del-periodico-el-pais/>.

ECHEVARRÍA, Borja — **EL PAÍS lanza nuevo diseño en internet** [Em linha], atual. 2 out. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/comunicacion/el-pais-que-hacemos/2021-10-03/rediseño-web-el-pais.html>.

**Edição Impressa** — [Em linha] [Consult. 25 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://comunique.publico.pt/publicidade/imprensa.html>.

EL PAÍS — EL PAÍS pone color al domingo. **El País.** [Em linha]. ISSN 1134-6582 (24 set. 1998). [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/diario/1998/09/25/sociedad/906674417\_850215.html>.

**El País.** [Em linha]. ISSN 1134-6582 (19 set. 2008). [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/diario/2008/09/20/radio-tv/1221861604\_850215.html>.

EL PAÍS — **Suplementos EL PAÍS** [Em linha]. [S.l.] : Ediciones El País, 2014, atual. 17 jun. 2014. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://elpais.com/corporativos/suplementos/>.

EL PAÍS — **Seis chaves da remodelação do portal do EL PAÍS** [Em linha], atual. 1 out. 2014. [Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/01/tecnologia/1412134388\_262059.html>.

EL PAÍS — Así es el rediseño de EL PAÍS. **El País.** [Em linha]. ISSN 1134-6582 (10 mai. 2015). . [Consult. 13 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/elpais/2015/05/08/media/1431077996\_910605.html>.

EL PAÍS — EL PAÍS se pone a punto. **El País.** [Em linha]. ISSN 1134-6582 (23 set. 2015).[Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/elpais/2015/05/09/actualidad/1431204617\_576225.html>.

EL PAÍS — **EL PAÍS, o jornal digital em espanhol mais lido do mundo** [Em linha], atual. 23 nov. 2016.

[Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/22/actualidad/1479853627\_478107.html>.

EL PAÍS — Los premios ÑH eligen la web de EL PAÍS y ‘El País Semanal’ como los mejores diseños. **El País**. [Em linha]. ISSN 1134-6582 (14 out. 2019). [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/elpais/2019/10/14/el\_pais\_que\_hacemos/1571052617\_099448.html>.

EL PAÍS — **Revistas EL PAÍS** [Em linha]. [S.l.]: Ediciones El País, 2021, atual. 9 mar. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/corporativos/revistas/>.

EL PAÍS — **Código ético** [Em linha]. [S.l.] : Ediciones El País, 2021, atual. 17 ago. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/estaticos/codigo-etico/index.html>.

EL PAÍS — **Portada de EL PAÍS del 01-07-2022** [Em linha]. [S.l.]: Ediciones El País, [s.d.] [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/2022/07/01/>.

**EL PAÍS (@el\_pais) / Twitter** — [Em linha] [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/el\_pais>.

El Periódico de Extremadura | Prensa Ibérica 360o — , [s.d.]. [Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.prensaiberica360.es/nuestras-marcas/papel-y-digital/el-periodico-de-extremadura/>.

### **EL PERIÓDICO EXTREMADURA**

**estrena diseño web y amplía su oferta de contenidos** — [Em linha], atual. 7 abr. 2021. [Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.elperiodicoextremadura.com/extremadura/2021/04/07/periodico-extremadura-estrena-diseno-web-46140925.html>.

ERC - **Estudo sobre a imprensa local e regional em Portugal**. 1.<sup>a</sup> ed. [S.l.]: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2010

ERC — **Públicos e Consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países** ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2014.

ESPANCA, Túlio — Concelhos de Alandroal, Borba, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Viana do Alentejo e Vila Viçosa. Em **Inventário Artístico de Portugal: Distrito de Évora IX**. . Lisboa : Academia Nacional de Belas-Artes, 1978v. I.

ESTANQUE, Elísio — **Com o Alentejo na alma** [Em linha], atual. 11 mar. 2016. [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW: <URL:https://www.publlico.pt/2016/03/11/sociedade/opiniao/com-o-alentejo-na-alma-1725745>.

**Estatuto Editorial** - O Setubalense, [s.d.]. [Consult. 7 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/estatuto-editorial/>.

**Estatuto editorial** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/sobre/estatutoeditorial/2020-01-20-Estatuto-editorial-3c79f4ec>.

**Estatuto Editorial | PÚBLICO** — [Em linha] [Consult. 25 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/nos/estatuto-editorial>.

**Exposição Temporária “A cor do património”, de Duarte Botelho** — [Em linha] [Consult. 6 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.cm-mourao.pt/eventos/exposicao-temporaria-a-cor-do-patrimonio-de-duarte-botelho/>.

**Expresso** — [Em linha] [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/>.

Expresso — Javier Errea - Em **Newspaper Design: Editorial Design from World’s Best Newsroom**. Berlim : Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 80 e 81.

**Expresso Digital | Liberdade para pensar** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://promo.impresa.pt/data/content/binaries/custom/expresso/natal2022/COG25.html?returnUrl=https://expresso.pt/&utm\_source=expresso&utm\_medium=subscribe\_button&locked=false&article\_id=expresso.pt/&author\_id=undefined&category=Home>.

**Expresso ganha 20 prémios na 24ª edição da European Newspaper Awards** — [Em linha] [Consult. 8 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/sociedade/2022-12-16-Expresso-ganha-20-premios-na-24-edicao-da-European-Newspaper-Awards-2f294ce7>.

**Expresso, jornal semanal português** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://tipografos.net/jornais/expresso-portugal.html>.

**Expresso: uma história visual de sucesso** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em

WWW:<URL:https://expresso.pt/sociedade/2020-12-14-Expresso-uma-historia-visual-de-sucesso>.

FAUSTINO, João Paulo — **A Imprensa em Portugal: Transformações e Tendências**. Lisboa : MediaXXI/Formalpress, 2004. ISBN 972-99351-0-6.

**felicidades a un casi centenario** — [Em linha], atual. 16 abr. 2018. [Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.el-periodicoextremadura.com/95-ani-versario/2018/04/16/felicidades-centenario-44174849.html>.

FERREIRA, Paulo — **O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação**. Aveiro : Comissão Editorial da Universidade de Aveiro, out. 2005

FLEMING, Kenneth; STEFFENS, Brian — **Understanding readers of local newspapers and editorial journalism in small communities**. Em . Chicago : [s.n.]

FORTUNATI, Leopoldina et al. — The Influence of the Internet on European Journalism. **Journal of Computer-Mediated**

**Communication**. ISSN 1083-6101. 14:4 (2009) 928–963. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01476.x.

FRANCHI, Francesco —

One Newspaper, Three Newspapers. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim : Gestalten, 2018. ISBN 978-3-8995-536-3. p. 242–243.

FRASCARA, Jorge —

**Communication Design: Principles, Methods and Practice**. New York : Allworth Press, 2004. ISBN 978-1-58115-365-1.

Freguesia de Granja — Junta de Freguesia de Granja, [s.d.]. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://jfgranja.pt/>.

FREIRE, Eduardo Nunes —

O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital. **Revista Galáxia**. 18 (2009) 291–310.

**Fueron directores de el periódico extremadura** — [Em linha], atual. 16 abr. 2018. [Consult. 12 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.elperio-

dicoextremadura.com/95-aniversario/2018/04/16/directores-periodico-extremadura-44173285.html>.

FUNDAÇÃO GULBENKIAN —

**Inquérito às práticas culturais dos portugueses** [Em linha], atual. 16 fev. 2022. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://gulbenkian.pt/noticias/inquerito-as-praticas-culturais-dos-portugueses/>.

GAGO, Maria Helena Andrade

Clara — **Contributos para a elaboração de um plano de marketing territorial para as vilas de Almeida e de Vilar Formoso**. Lisboa: Instituto Superior de Educação e Ciências, dez. 2015

GARCIA, José Luís et al. —

OS MEDIA EM MUDANÇA EM PORTUGAL: IMPLICAÇÕES DA DIGITALIZAÇÃO NO JORNALISMO ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, , 2018.

GARCIA, Mario R. — **Pure design**. Florida: Miller Media, 2002. ISBN 0-9724696-0-5.

**Gastronomia** — [Em linha]

[Consult. 29 ago. 2022].

Disponível em WWW:<URL:http://arquivo.cm-mourao.pt/pt/conteudos/o+concelho/gastronomia/?redirectUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/Portal.Municipios/SSO/Auth.aspx&originalUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/pt/conteudos/o+concelho/gastronomia/default.htm&logoffUrl=http://arquivo.cm-mourao.pt/Portal.Municipios/SSO/AuthLogoff.aspx>.

GLOBAL MEDIA GROUP —

**Fonte portuguesa inspira novo «El País»** [Em linha] [Consult. 8 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.dn.pt/arquivo/2007/fonte-portuguesa-inspira-novo-el-pais-986773.html>.

GLOBAL MEDIA GROUP —

**Habitantes da Aldeia da Luz ainda pagam IMI de terras submersas** [Em linha] [Consult. 24 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.dn.pt/sociedade/20-anos-do-alqueva-habitantes-da-aldeia-da-luz-ainda-pagam-imi-de-terras-submersas-14563722.html>.

GÓIS, Pedro; MARQUES, José Carlos — Retrato de um Portugal migrante: a evolução da emigração, da imigração e do seu estudo nos últimos 40 anos.

**e-cadernos CES**. ISSN 1647-0737. 29 (2018). doi: 10.4000/eces.3307.

GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip — News Values and News Production. Em **Making the News**. London: Longman, 1979. p. 114–123.

GONÇALVES, Joana Costa — **Do papel ao digital : a extensão do Jornal Expresso para a Web** [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/20528>. masterThesis.

GRÀFFICA — **El director de arte de «El País» digital explica el rediseño del periódico** [Em linha], atual. 4 out. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://graffica.info/el-director-de-arte-de-el-pais-digital-explica-el-rediseño-del-periodico/>.

GRAHAM, Gary; SMART, Alison — The regional-newspaper industry supply chain and the

internet. **Supply Chain Management: An International Journal**. ISSN 1359-8546. 15:3 (2010) 196–206. doi: 10.1108/13598541011039956.

**Grupo IMPRESA | A nossa história** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL://impresa.pt/pt/apresentacao-do-grupo/2019-01-22-A-nossa-historia-33b4e746>.

**Grupo IMPRESA | Expresso** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL://impresa.pt/pt/apresentacao-do-grupo/as-nossas-marcas/2013-07-05-Expresso-e61f317f>.

GUERREIRO, Augusto Deodato — **História Breve dos Meios de Comunicação: Da Imanência Pensante à Sociedade em Rede**. 2.ª ed. Lisboa : EDLARS-educomunicação e vida, 2018. ISBN 978-1-981138-05-0.

GUERREIRO, Chantre Alcântara — **Mourão nos séculos XIII a XVI (Elementos para a sua História)**. Évora: Separata do Boletim «Junta Distrital de Évora», 1964

GUERREIRO, Jerónimo De A. — Palavras de Abertura.

**O Mouranense**. (2 fev. 1967). 1.

HARROWER, Tim; ELMAN, Julie M. — **The Newspaper Designer's Handbook**. 7.ª ed. New York: McGraw-Hill, 2013. ISBN 978-0-07-351204-04.

HENRIQUES, Joana Gorjão — **“A Internet mudou a nossa percepção do tempo”** [Em linha], atual. 28 nov. 2012. [Consult. 10 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2012/11/28/tecnologia/noticia/a-internet-mudou-a-nossa-percepcao-do-tempo-1573458>.

HOLMQVIST, Kenneth; WARTENBERG, Constanze — The role of local design factors for newspaper reading behaviour – an eye-tracking perspective. **Lund University Cognitive Science**. 127 (2005) 22.

I don't believe in design globalisation: Javier Errea – News Paper Design -, [s.d.]. [Consult. 22 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://newspa-

perdesign.in/i-dont-believe-in-design-globalisationjavier-errea/>.

### **Imprensa — Infopédia -**

[Em linha] [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$imprensa>.

INÁCIO, André Filipe Isidoro —

**O PAPEL DO DESIGN EDITORIAL NA IMPRENSA REGIONAL PORTUGUESA.** Tomar : Escola Superior de Tecnologia de Tomar, [s.d.]

INÁCIO, Rita Alexandra Ramos — **Ciberjornalismo no Distrito de Santarém: A perspetiva do jornalista regional.** Porto:

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2015 Tese de mestrado.

### INE — **Jornais (N.º); Anual**

[Em linha], atual. 8 out. 2021. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0004133&contexto=bd&selTab=tab2>.

### INE — **Circulação total de jornais (N.º) por Localização geográfica** [Em linha], atual.

15 out. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010323&contexto=bd&selTab=tab2>.

### INE — **Exemplares vendidos de jornais (N.º) por Localização geográfica** [Em linha], atual.

15 out. 2021. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010324&contexto=bd&selTab=tab2>.

### INE — **Jornais (N.º) por Localização geográfica**

[Em linha], atual. 15 out. 2021. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0010316&contexto=bd&selTab=tab2>.

INE — CENSOS 2021 – Divulgação dos Resultados Provisórios, 16 dez. 2021.

### INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica**

[Em linha], atual. 19 jul. 2022. [Consult. 26 out. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0009877&contexto=bd&selTab=tab2>.

### INE — **Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual**

[Em linha], atual. 25 jul. 2022. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\_indicadores&indOcorrCod=0007462&contexto=bd&selTab=tab2>.

### INFOPÉDIA — **Emigração massiva dos anos 60 - Infopédia**

[Em linha] [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$emigracao-massiva-dos-anos-60>.

INFOPÉDIA — **Expresso - Infopédia** [Em linha] [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$expresso>.

INFOPÉDIA — **Imprensa em Portugal até ao século XVII - Infopédia** [Em linha] [Consult. 7 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$imprensa-em-portugal-ate-ao-seculo-xvii>.

INFOPÉDIA — **Público** [Em linha] [Consult. 21 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\$publico>.

JABR, Ferris — **The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens** [Em linha], atual. 11 abr. 2013. [Consult. 10 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/>.

JERÓNIMO, Pedro — O uso da Internet na imprensa regional portuguesa. Em . Bilbao : Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea C/ Barrio Sarriena, 2011

JORNAL DE LEIRIA — **Empresa** [Em linha] [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.jornaldeleiria.pt/empresa>.

**Jornal de Leiria** — [Em linha] [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.jornaldeleiria.pt>.

**Jornal de Leiria | Facebook** — [Em linha] [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/ojornaldeleiria>.

**Jornal de Leiria — Assinatura** - [Em linha] [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.jornaldeleiria.pt/assinatura>.

**JORNAL DE LEIRIA — YouTube** - [Em linha] [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/channel/UCp-0ljPKNRl7iDULdhv0UaQ>.

**Jornal de Leiria (@jornaleiria) • fotos e vídeos do Instagram** — [Em linha] [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/jornaleiria/>.

**Junta de Freguesia de Mourão** — [Em linha], atual. 21 out. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.cm-mourao.pt/locais/junta-de-freguesia-de-mourao/>.

KEMPENAAR, Annet; BRINKHUIJSEN, Marlies; BRINK, Adri Van Den — The impact of regional designing: New perspectives for the Maastricht/Heerlen, Hasselt/Genk, Aachen and Liège (MHAL) Region.

**Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science**. ISSN 2399-8083, 2399-8091. 46:2 (2019) 359–376. doi: 10.1177/2399808317715263.

KITTLER, Friedrich — **The History of Communication Media** [Em linha] [Consult. 31 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/download/14325/5101>.

KOUNDAL, Pawan; MISHRA, Raghvendra - Print and Online Newspapers: An Analysis of the News Content and Consumption

Patterns of Readers. **Communicator**.  
LIII:Janeiro-Março (2018) 53-71.

LOPES, Paula Cristina — Hábitos  
de leitura em Portugal: Uma  
abordagem transversal-estruturalista  
de base extensiva. [s.d.] 20.

LUDOVICO, Alessandro —  
**Post-Digital Print: The Mutation  
of Publishing since 1894**. 1000.  
ed. Eindhoven : Onomatopee,  
2012. ISBN 978-90-78454-87-8.

LUPTON, Ellen — **Thinking with  
type: a critical guide for  
designers, writers, editors,  
& students**. 2.<sup>a</sup> ed. New York :  
Princeton Architectural Press,  
2010. ISBN 978-1-56898-969-3.

LUSA — **Quase metade dos  
portugueses lêem imprensa  
regional** [Em linha], atual. 22 jun.  
2009. [Consult. 29 set. 2022].  
Disponível em WWW:<URL:ht-  
tps://expresso.pt/redeexpresso/  
quase-metade-dos-portugueses-  
leem-imprensa-regional=f522165>.

LUSA — **Covid-19: Sindicato dos  
Jornalistas pede apoio urgente  
para sobrevivência dos jornais e**

**rádios locais** [Em linha], atual.  
5 abr. 2020. [Consult. 31 ago. 2022].  
Disponível em WWW:<URL:ht-  
tps://www.publico.pt/2020/04/05/  
sociedade/noticia/covid19-sindi-  
cato-jornalistas-pede-apoio-ur-  
gente-sobrevivencia-jornais-ra-  
dios-locais-1911079>.

LUSA — **Mourão: Museu da Luz  
mostra «A Cor do Património»  
de Duarte Botelho** [Em linha],  
atual. 14 nov. 2022. [Consult. 4 dez.  
2022]. Disponível em WWW:<UR-  
L:https://odigital.sapo.pt/mourao-  
museu-da-luz-mostra-a-cor-do-  
patrimonio-de-duarte-botelho/>.

LUSA — **Distrito de Évora  
perdeu mais de 14 mil  
pessoas numa década**  
[Em linha], atual. 24 nov. 2022.  
[Consult. 9 dez. 2022]. Disponível  
em WWW:<URL:https://www.pu-  
blico.pt/2022/11/24/local/noticia/  
distrito-evora-perdeu-14-mil-pes-  
soas-decada-2029002>.

LUSA — **Turismo: Alentejo  
pode atingir uma ocupação  
de 84% na passagem de ano**  
[Em linha], atual. 16 dez. 2022.  
[Consult. 16 dez. 2022]. Disponível  
em WWW:<URL:https://odigital.

saop.pt/turismo-alentejo-pode-  
-atingir-uma-ocupacao-de-84-na-  
-passagem-de-ano/>.

LUSA — **Moura: Avança  
empreitada de construção  
de praia fluvial no Alqueva**  
[Em linha] [Consult. 27 dez. 2022].  
Disponível em WWW:<URL:ht-  
tps://odigital.sapo.pt/moura-a-  
vanca-empreitada-de-construcao-  
-de-praia-fluvial-no-alqueva/>.

MACEDO, André — A Full Stop  
Is Everything. Or Why Designers  
Must Sometimes Take a Half-Step  
Back to Take Forward.

Em **Newspaper Design: Editorial  
Design from World's Best  
Newsroom**. Berlim : Gestalten,  
2018. ISBN 978-3-8995-536-3.  
p. 142-143.

MAIA, Ana Marques — **“Oil Dorado”:  
o retrato de um Alentejo  
desfigurado pelas monoculturas  
intensivas | Livro | PÚBLICO**  
[Em linha], atual. 24 nov. 2021.  
[Consult. 9 dez. 2022]. Disponível  
em WWW:<URL:https://www.  
publico.pt/2021/11/24/p3/fotoga-  
leria/oil-dorado-retrato-alentejo-  
-desfigurado-monoculturas-inten-  
sivas-407130>.

**Mark Porter: “O design tem de fazer da leitura de histórias longas um prazer”** — [Em linha], atual. 4 mar. 2012. [Consult. 5 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://blogues.publico.pt/publicolab/2012/03/04/mark-porter-o-design-tem-de-fazer-da-leitura-de-historias-longas-um-prazer/>.

MARTINS, Carla Sofia Gonçalves — **Publicações impressas e digitais em tempos de coexistência. O caso do Expresso.** Tomar: Escola Superior de Tecnologia de Tomar, 2021 Relatório de Estágio.

MEDRONHO, Rui Miguel Pereira — **O IMPACTO DO DESKTOP PUBLISHING NA IMPRENSA ESCRITA PORTUGUESA NAS ÚLTIMAS DÉCADAS DO SÉCULO XX.** Lisboa : Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, mar. 2020

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. — **História do Design Gráfico.** 4.º ed. São Paulo : Cosac Naify, 2009. ISBN 978-85-7503-775-1.

MELO, Carla Maria Cadete Vieira Ramos — **O design dos jornais diários e generalistas portugueses.** Aveiro: Universidade de Aveiro, 2009

MENDES, António Figueira — **Parabéns a um projecto jornalístico de referência - O Setubalense,** 5 ago. 2021. [Consult. 7 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/opiniao/2021/08/05/parabens-a-um-projecto-jornalistico-de-referencia/>.

MENDES, Filipa Almeida — **PÚBLICO vence quatro prémios internacionais de design** [Em linha], atual. 16 mar. 2018. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2018/03/16/culturaipilon/noticia/publico-distinguido-em-premios-internacionais-de-design-1806972>.

MONTEIRO, Alcides A. — Territórios do interior, coesão territorial e modelos de governança: A propósito do programa nacional para a coesão territorial. **Sociologia On Line.** . ISSN 1647-3337. 19 (2019) 127-151.

MOTA, João Pedro Dos Santos — **Marketing Editorial do Jornal Público.** Tomar: Escola Superior de Tecnologias de Tomar, out. 2015 Relatório de estágio.

MUELLER-BROCKMANN, Josef — **Grid System in graphic design: A visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers.** [S.l.] : Niggli, [s.d.]

MUNARI, Bruno — **Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica.** 2.ª ed. Barcelona : Gustavo Gili, 2016. ISBN 978-84-252-2785-1.

MUNICÍPIO DE MOURÃO — **Atribuição de Bolsas de Mérito Desportivo - Facebook** [Em linha] [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/1134218906629580/posts/pfbid02th613privg7vp4SPPsB-NcH1ZcGvJeKApyHo7tY6g3s-SEY25ba1A3kcLqFjPGKMiAl/>.

MUNICÍPIO DE MOURÃO — **Atribuição de Bolsas de Mérito**

**Universitário - Facebook**

[Em linha] [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/1134218906629580/posts/pfbid06DTLkdbmQseqP3GLH9fo-9DGRW3p5Lm6ZxSaAvZb4iL1Wk-7cabT3TSarygdFrCRxpl/>.

MUSCHKETAT, Nina —

**O PÚBLICO é o diário mais lido do país e o campeão das assinaturas digitais**

[Em linha], atual. 31 mai. 2022. [Consult. 21 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2022/05/31/sociedade/noticia/publico-diario-lido-pais-campeao-assinaturas-digitais-2008435>.

NERY, Isabel — Os géneros

jornalísticos RTP Ensina, 2021.

[Consult. 2 nov. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://ensina.rtp.pt/explicador/os-geros-jornalisticos/>.

NEVES, Maria De Fátima —

Indústria. Imprensa/Jornais

e Revistas. Em **Dicionário de**

**História da I República e do**

**Republicanismo**. 1.a ed. Lisboa:

Assembleia da República, 2014v.

Volume II: F-M.

NEWMAN, Nic et al. — Reuters

Institute Digital News Report

2022. 2022) 164.

NICOLAU, Carla Sofia Morais —

O Impacto da Internet na imprensa regional da Beira Interior na última década. 2018).

NORA, Gabriela — Jornalismo

impresso na era digital: uma crítica à segmentação do público

e à fragmentação do noticiário.

**Rumores**. 5:10 (2011).

NOTA DE IMPRENSA — **XXIV**

**Critério Corta-Mato Paulo**

**Guerra está de regresso e**

**arranca em Borba! - Rádio**

**Campanário** [Em linha]

[Consult. 27 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/xxiv-criterio-

-corta-mato-paulo-guerra-esta-de-regresso-e-arranca-em-borba>.

**Novos Balcões SNS 24 no**

**concelho de Mourão com**

**médica para teleconsultas** —

[Em linha] [Consult. 21 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.spms.min-saude.

pt/2022/12/novos-balcoes-sns-

-24-no-concelho-de-mourao-com-medica-para-teleconsultas/>.

**Num país cada vez mais**

**inclinado para o mar** —

[Em linha], atual. 23 mai. 2010.

[Consult. 25 ago. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2010/05/23/jornal/num-pais-cada-vez-mais-inclinado-para-o-mar-19449231>.

NUNES, Sara — **João Maria**

**Trindade e a Estação Biológica**

**do Garducho. “Isto dava uma**

**bela casa”** [Em linha], atual. 17

mar. 2022. [Consult. 9 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2022/03/17/p3/noticia/joao-maria-trindade-estacao-biologica-garducho-dava-bela-casa-1998989>.

**O documento sobre a operação**

**do 25 de Abril revelado em 1984**

**por um jornal acabado de**

**nacer** — [Em linha] [Consult.

14 dez. 2022]. Disponível em

WWW:<URL:https://www.

jornaldeleiria.pt/noticia/o-docu-

mento-sobre-a-operacao-do-25-de-

-abril-revelado-em-1984-por-um-

-jornal-acabado-de-nacer>.

**O Expresso todos os dias, durante 50 anos** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/iniciativaseprodutos/assinaturas/2022-12-09-O-Expresso-todos-os-dias-durante-50-anos-d-3fc8655>.

O NOSSO PATRIMÓNIO: Chaminé Mourisca — MOURÃO e SEUS (Des) ENCANTOS, [s.d.]. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://mouraoeseusdesencantos.blogspot.com/p/o-nosso-patrimonio.html>.

O SETUBALENSE — **Diversos conteúdos no site d’O SETUBALENSE passam a ser de acesso pago e exclusivos para assinantes** [Em linha] [Consult. 7 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://setubalense.com/ultimas/2021/08/17/diversos-conteudos-publicados-no-site-do-setubalense-passam-a-ser-pagos/>.

**O Setubalense | Facebook** — [Em linha] [Consult. 1 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/ojornalsetubalense>.

**O SETUBALENSE — As notícias de toda a Região de Setúbal** - [Em linha] [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://setubalense.com/>.

**O Setubalense, o seu diário da região no 830 dia 19 de Abril de 2022 by O Setubalense — Issuu** - [Em linha] [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://issuu.com/setubalense/docs/edi\_o\_830\_19-04-2022>.

**O Setubalense, o seu diário da região no 907 de 30 de Agosto de 2022 by O Setubalense — Issuu** - [Em linha] [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://issuu.com/setubalense/docs/edi\_o\_907\_30-08-2022>.

**O Setubalense (@setubalensejornal)** — [Em linha] [Consult. 1 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/setubalensejornal/>.

OBERCOM — **A Imprensa em Portugal: Desempenho e indicadores de gestão (2008- 2016)**

OBERCOM — **Jornais regionais: A análise de perfis de utilização. Actividade, desafios e políticas públicas para o sector**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2018

OBERCOM — **O Mercado Publicitário em Portugal Prospetivas gerais e cenários de futuro: Análise de pormenor ao sector da imprensa**. Lisboa: OBERCOM, abr. 2019

ORLANDO, Ricardo Augusto Silveira — **DESIGN DE IMPRENSA E PRIMEIRA PÁGINA DO JORNAL IMPRESSO**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, jul. 2017

PACHECO, Nuno — **No princípio eram zeros. E assim nasceu um jornal** [Em linha], atual. 5 mar. 2018. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2018/03/05/sociedade/noticia/no-principio-eram-zeros-e-assim-nasceu-um-jornal-1805157>.

PAÍS — **EL PAÍS: el periódico global** [Em linha] [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com>.

PATROCÍNIO, Manuel F. S. — Vila de Mourão: O desenvolvimento histórico urbano e os seus programas edificados religiosos. Em **Arte Sacra no Concelho de Mourão: Inventário Artístico da Arquidiocese de Évora**. Évora: Fundação Eugénio de Almeida, 2014. ISBN 978-972-8854-72-0. p. 6-11.

PAVLIK, John — The Impact of Technology on Journalism. **Journalism Studies**. ISSN 1461-670X, 1469-9699. 1:2 (2000) 229-237. doi: 10.1080/14616700050028226.

PIPES, Alan — **Production for Graphic Designers**. 5.o ed. Reino Unido : Laurence King Publishing Ltd, 2011

PORDATA — **População residente por migrações segundo os Censos** [Em linha], atual. 26 jun. 2015. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+por+migra%C3%A7%C3%B5es+segundo+os+Censos-48-2623>.

PORDATA — **População residente segundo os Censos: total e por sexo** [Em linha], atual. 16 dez. 2021. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+segundo+os+Censos+total+e+por+sexo-17>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: total e por suporte de difusão** [Em linha], atual. 20 dez. 2021. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+total+e+por+suporte+de+difus%C3%A3o-2240-178812>.

PORDATA — **Indicadores de envelhecimento** [Em linha], atual. 15 jun. 2022. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Indicadores+de+envelhecimento-526>.

PORDATA — **Saldos populacionais anuais: total, natural e migratório** [Em linha], atual. 21 jun. 2022. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/

Municipios/Saldos+populacionais+anuais+total++natural+e+migrat%C3%B3rio-376>.

PORDATA — **Contributo dos saldos natural e migratório para a variação populacional anual (%)** [Em linha], atual. 23 jun. 2022. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Contributo+dos+saldos+natural+e+migrat%C3%B3rio+para+a+varia%C3%A7%C3%A3o+populacional+anual+(percentagem)-762-6123>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: circulação total, exemplares vendidos e exemplares distribuídos gratuitamente por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 18 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+circula%C3%A7%C3%A3o+total++exemplares+vendidos+e+exemplares+distribu%C3%ADdos+gratuitamente+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-2239-178791>.

PORDATA — **Jornais e outras publicações periódicas: títulos publicados por tipo de publicação** [Em linha], atual. 26 jul. 2022. [Consult. 17 set. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+t%C3%ADtulos+publicados+por+tipo+de+publica%C3%A7%C3%A3o-1308-10430>.

PORDATA — **Densidade populacional** [Em linha], atual. 22 ago. 2022. [Consult. 23 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios/Densidade+populacional-452>.

PORDATA — **Conheça o seu Município** [Em linha] [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.pordata.pt/Municipios>.

Premio al mejor diseño periodístico para ELPAÍS.com — **El País**. [Em linha]. ISSN 1134-6582 (5 out. 2011). [Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/sociedad/2011/10/05/actualidad/1317765609\_850215.html>.

**Prémios e distinções** — [Em linha], atual. 12 out. 2008. [Consult. 25 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://web.archive.org/web/20081012150320/http://static-publico.clix.pt/homepage/nos/premios.aspx>.

PRIMO, Carlos — **Premios Goya: qué es la dirección artística y por qué es imprescindible para que una película funcione** [Em linha], atual. 4 mar. 2021. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://elpais.com/icon-design/2021-03-04/premios-goya-que-es-la-direccion-artistica-de-una-pelicula-y-por-que-es-imprescindible-para-que-una-pelicula-funcione.html>.

PRISA — **El País** [Em linha] [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.prisa.com/es/info/el-pais>.

PÚBLICO — **Livro de estilo**. 2.<sup>a</sup> ed. Lisboa : PÚBLICO – Comunicação Social, SA, 2005. ISBN 978-972-8892-37-1.

PÚBLICO — **PÚBLICO foi eleito Jornal Europeu do Ano** [Em linha], atual. 13 dez. 2019. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2019/12/13/sociedade/noticia/publico-volta-vencer-premio-jornal-europeu-ano-1897205>.

PÚBLICO — **PÚBLICO cresceu mais de 100% nas assinaturas digitais** [Em linha], atual. 3 set. 2020. [Consult. 21 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2020/09/03/sociedade/noticia/publico-cresceu-100-assinaturas-digitais-1930297>.

PÚBLICO — **Nove capas do PÚBLICO recebem prémios de excelência pela Society for News Design** [Em linha], atual. 12 mai. 2021. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2021/05/12/sociedade/noticia/nove-capas-publico-recebem-premios-excelencia-society-news-design-1962306>.

**Público** — [Em linha] [Consult. 30 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://markporter.com/work/publico>.

**PÚBLICO — Pense bem, pense Público** - [Em linha] [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW: <URL:https://www.publico.pt/>.

QUINTANILHA, Tiago Lima — 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. **Observatorio (OBS\*)**. 12:3 (2018) 18.

QUINTINO, Ana Sofia Santos - **Efeitos demográficos e económicos das migrações em Portugal: o caso da Segurança Social**. Lisboa : Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2018 Tese de mestrado.

RAMOS, Maria Da Conceição Pereira — Migrações, Desenvolvimento e Dinâmicas Locais e Regionais. Em **Grandes Problemáticas do Espaço Europeu: Políticas de Ordenamento e Recomposições Territoriais nas Periferias Europeias**. Porto : Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2012. ISBN 978-989-8648-00-6. p. 63-102.

REDAÇÃO — **Sara Correia-Pres. da Junta de Freguesia da Luz: Balcões SNS24 “farão a diferença” na Aldeia da Luz e na Granja(c/som) - Rádio Campanário** [Em linha], atual. 14 dez. 2022. [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://radiocampanario.com/ultimas/regional/sara-correia-pres-da-junta-de-freguesia-da-luz-balcoes-sns24-farao-a-diferenca-na-aldeia-da-luz-e-na-granja-c-som>.

REDAÇÃO — O Setubalense actualiza preço de capa e mostra distrito na TVIO Setubalense, 11 jan. 2021. [Consult. 1 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/sociedade/2021/01/11/o-setubalense-actualiza-preco-de-capa-e-mostra-distrito-na-tvi/>.

REDAÇÃO — O Setubalense deixa de publicar edição diária em PDF no seu site O Setubalense, 6 abr. 2021. [Consult. 5 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/ultimas/2021/04/06/o-setubalense-deixa-de-publicar-edicao-diaria-em-pdf-no-seu-site/>.

REDAÇÃO — Cooperativa Agrícola de Granja Amareleja com quebra de 20% no azeite A Planície, 19 abr. 2021. [Consult 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.planicie.pt/2021/04/20/cooperativa-agricola-de-granja-amareleja-com-quebra-de-20-no-azeite/>.

REDAÇÃO — O Setubalense faz hoje 166 anos e lança campanha de assinaturas O Setubalense, 1 jul. 2021. [Consult. 1 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/ultimas/2021/07/01/o-setubalense-faz-hoje-166-anos-e-lanca-campanha-de-assinaturas/>.

REDAÇÃO — O Setubalense 166 anos: o maior jornal nas bancas esta sexta-feira O Setubalense, 30 jul. 2021. [Consult. 1 jun. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://osetubalense.com/local/setubal/2021/07/30/o-setubalense-166-anos-o-maior-jornal-nas-bancas-esta-sexta-feira/>.

REDAÇÃO — **Mourão acolhe exposição de fotografia sobre a aldeia da Luz** [Em linha], atual. 5 out. 2022. [Consult. 24 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-acolhe-exposicao-de-fotografia-sobre-a-aldeia-da-luz/>.

REDACÇÃO — **Mourão FC perdeu por 1-6 na primeira eliminatória da Taça de Portugal de Futsal** [Em linha], atual. 17 out. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW: <URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-fc-perdeu-por-1-6-na-primeira-eliminatória-da-taca-de-portugal-de-futsal/>.

REDACÇÃO — **Mourão volta a promover um Mercado de Natal com muitas atividades** [Em linha], atual. 25 nov. 2022. [Consult. 24 dez. 2022].

Disponível em WWW: <URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-volta-a-promover-um-mercado-de-natal-com-muitas-atividades/>.

REDACÇÃO — **Em Mourão ouviu-se o Cante Alentejano para celebrar o aniversário da classificação (c/fotos)** [Em linha], atual. 28 nov. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW: <URL:https://odigital.sapo.pt/em-mourao-ouviu-se-o-cante-alentejano-para-celebrar-o-aniversario-da-classificacao-c-fotos/>.

REDACÇÃO — Póvoa de São Miguel reconhece alunos com os Prémios de Mérito Escolar A Planície, 7 dez. 2022. [Consult. 26 dez. 2022].

Disponível em WWW: <URL:http://www.planicie.pt/2022/12/07/povoa-de-sao-miguel-reconhece-alunos-com-os-premios-de-merito-escolar/>.

REDACÇÃO — Alentejo eleito como destino para Natal e Passagem de Ano A Planície, 12 dez. 2022. [Consult. 16 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:http://www.planicie.pt/2022/12/12/alentejo-eleito-como-destino-para-natal-e-passagem-de-ano/>.

REDACÇÃO — Natal 2022: Exposição de “Presépios Botânicos” a partir de hoje em Moura A Planície, 13 dez. 2022. [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:http://www.planicie.pt/2022/12/13/natal-2022-exposicao-de-presepios-botanicos-a-partir-de-hoje-em-moura/>.

REDACÇÃO — Jovem de Moura lança marca de roupa inspirada no surf A Planície, 14 dez. 2022. [Consult. 14 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:http://www.planicie.pt/2022/12/14/

jovem-de-moura-lanca-marca-de-roupa-inspirada-no-surf/>.

REDACÇÃO — Programa de Sustentabilidade do Azeite do Alentejo pioneiro a nível internacional A Planície, 14 dez. 2022. [Consult. 14 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.planicie.pt/2022/12/14/programa-de-sustentabilidade-do-azeite-do-alentejo-pioneiro-a-nivel-internacional/>.

REDACÇÃO — Comissão Europeia aprova Programa Regional Alentejo 2030A Planície, 19 dez. 2022. [Consult. 20 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:http://www.planicie.pt/2022/12/19/comissao-europeia-aprova-programa-regional-alentejo-2030/>.

REDACÇÃO — **Mourão: Autarquia apresentou projetos de arquitetura para praça de touros** [Em linha], atual. 3 jan. 2023. [Consult. 9 jan. 2023].

Disponível em WWW:<URL:https://odigital.sapo.pt/mourao-autarquia-apresentou-projetos-de-arquitetura-para-praca-de-touros/>.

REDACÇÃO — **Mais um furto de azeitona no Alentejo -**

**Linhas de Elvas** [Em linha]

[Consult. 9 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://linhas-deelvas.pt/2023/01/08/mais-um-furto-de-azeitona-no-alentejo/>.

REDACCION — **EL PERIODICO edita ya 15 cabeceras con la salida del gratuito de Olivenza**

[Em linha], atual. 1 nov. 2014.

[Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.elperiodicoextremadura.com/extremadura/2014/11/01/periodico-edita-15-cabeceras-salida-44578059.html>.

REDACCION — **Con nueva letra**

[Em linha], atual. 19 set. 2016.

[Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.elperiodicoextremadura.com/extremadura/2016/09/19/nueva-letra-44378440.html>.

REDACCION — **Detectado en Villanueva del Fresno un caso de enfermedad hemorrágica epizoótica**

[Em linha], atual. 1 dez. 2022. [Consult. 26 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.canalextrmadura.es/noticias/provincia-de-badajoz/

detectado-en-villanueva-del-fresno-un-caso-de-enfermedad-hemorragica>.

REIS, Gonçalo — **Da importância do jornalismo** [Em linha], atual.

18 jan. 2017. [Consult. 2 mai. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://observador.pt/opiniao/dad-importancia-do-jornalismo/>.

REPÚBLICA PORTUGUESA —

Programa Nacional Para a Coesão Territorial, 1 out. 2017. Disponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

REPÚBLICA PORTUGUESA —

Programa Nacional Para a Coesão Territorial: Implementação, acompanhamento e monitorização, 1 out. 2017.

Disponível em WWW:<URL:https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/governo/programa/programa-nacional-para-a-coesao-territorial/ficheiros-coesao-territorial.aspx>.

RIBEIRO, Joaquim —

**A imprensa regional e as comunidades locais - Jornal Alvorada:**

**caracterização de um quinzenário local do concelho da Lourinhã.** Lisboa : ISCTE-IUL, out. 2010

RITO, Francisco Alves — **DIÁRIO DA REGIÃO e O SETUBALENSE**

juntam-se para reforçar liderança no distritoO Setubalense, 23 jul. 2018. [Consult. 5 jul. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://setubalense.com/regional/2018/07/23/diario-da-regiao-e-o-setubalense-juntam-se-para-reforcar-lideranca-no-distrito/>.

RITO, Francisco Alves —

**O Setubalense completa hoje 165 anos** [Em linha] [Consult. 29 abr. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://setubalense.com/ultimas/2020/07/01/o-setubalense-completa-hoje-165-anos/>.

RIVERA, Antonio Cid De —

**El Periódico Extremadura**

**Prensa Ibérica :: Web del grupo de Prensa Ibérica** [Em linha], atual. 7 mai. 2019. [Consult. 13 dez. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.prensaiberica.es/medios/prensa/diarios/el-periodico-extremadura-8076/>.

ROCHA, Ana — **Município de Mourão candidata construção de nova extensão de Saúde na Granja! - Rádio Campanário**

[Em linha], atual. 31 out. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/municipio-de-mourao-candidata-construcao-de-nova-extensao-de-saude-na-granja>.

ROCHA, Ana — **Autarquia de Mourão aprova taxas para o ano de 2023!**

[Em linha], atual. 9 nov. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/autarquia-de-mourao-aprova-taxas-para-o-ano-de-2023>.

ROCHA, Ana — **Há 20 anos atrás vivia-se uma momento único... era inaugurada a nova Aldeia da Luz!(c/vídeo) - Rádio Campanário**

[Em linha], atual. 19 nov. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:ht-

tps://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/ha-20-anos-atras-vivia-se-uma-momento-unico-era-inaugurada-a-nova-aldeia-da-luz-c-video>.

ROCHA, Ana — **Mourão: Oliveira de Nsa Sra das Candeias candidata a Árvore do Ano 2023!**

**- Rádio Campanário** [Em linha], atual. 21 nov. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/mourao-oliveira-de-nsa-sra-das-candeias-candidata-a-arvore-do-ano-2023>.

ROCHA, Ana — **Açorda vai ser rainha em Mourão! - Rádio Campanário**

[Em linha], atual. 19 dez. 2022. [Consult. 20 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://radiocampanario.com/ultimas/regional/acorda-vai-ser-rainha-em-mourao>.

ROCHA, Ana — **Mourão: Aldeia da Luz já tem Área de Serviço para Autocaravanas!**

**- Rádio Campanário** [Em linha] [Consult. 21 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.radiocampanario.com/

ultimas/regional/mourao-aldeia-da-luz-ja-tem-area-de-servico-para-autocaravanas>.

RODRIGUES, Teresa Teresa; FERREIRA, Susana De Sousa — Portugal e a globalização das migrações. *Desafios de segurança. População e Sociedade*. 22:2014) 137-155.

ROSADO, Moisés Cayetano — **Diáspora. Pobreza, Emigración y Desarrollo** [Em linha], atual. 1 abr. 2015. [Consult. 24 ago. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://aviagemdosargonautas.net/2015/04/01/diaspora-pobreza-emigracion-y-desarrollo-por-moisés-cayetano-rosado-2/>.

SAMARA, Timothy — **Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop**. 2.a ed.

SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Juan — El periódico «Extremadura» y el regionalismo extremeño en torno a 1900. ISSN 0213-375X. 1987).

SANTOS, Luís J. — **Alentejo estreia hotel do sono no Monte do Vagar: Sleep & Nature abre em Montemor-**

**-o-Novo** [Em linha], atual. 27 jun. 2022. [Consult. 9 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2022/06/27/fugas/noticia/alentejo-estreia-hotel-sono-monte-vagar-sleep-nature-abre-montemorono-2011571>.

SANTOS, Nuno Duarte Fialho Sanches Borges Dos — **Efeitos do consumo digital na imprensa escrita : evidência empírica para os jornais diários portugueses**. Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão, out. 2016 Tese de mestrado.

SANTOS, Rafael Weiblen Dos — **Desenho de Tipografia de Texto para Jornais**. Porto Alegre : Centro Universitário Ritter dos Reis, 2010

SARAGIH, M. Yoserizal; HARAHAP, Ali Imran — The Challenges of Print Media Journalism in the Digital Era. **Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences**. 3:1 (2020) 540–548.

Seguindo a Praxe — **O Mouranense**. (4 mar. 1895). .

SILVA, João Céu E — **Alqueva fez uma aldeia feliz e outra infeliz** [Em linha], atual. 11 jul. 2020. [Consult. 2 mai. 2022].

Disponível em WWW:<URL:https://www.dn.pt/edicao-do-dia/11-jul-2020/alqueva-fez-uma-aldeia-feliz-e-outra-infeliz-12407555.html>.

SILVA, Luís — Turismo e atratividade em Monsaraz: os efeitos da barragem de Alqueva. **Etnográfica. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**. . ISSN 0873-6561. 25:1 (2021) 23–45.

SILVA, Marisa Torres et al. — Between traditional and social media: News repertoires in Portugal. **Participations - Journal of Audience & Reception Studies**. 14:2 (2017) 283–300.

SOARES, Dina; BOURGARD, Joana — **Reportagem Renascença: A Aldeia da Luz não mora aqui** [Em linha] [Consult. 14 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://rr.sapo.pt/aldeia-da-luz/index.htm>.

SOUSA, Jorge Pedro — **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2001

SOUSA, Jorge Pedro — **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto : Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, 2008

TAIPALE, Sakari — The relationship between Internet use, online and printed newspaper reading in Finland: Investigating the direct and moderating effects of gender. **European Journal of Communication**. 28:1 (2013) 5–18.

Tarifas El Periódico de Extremadura | Prensa Ibérica 360o — , [s.d.]. [Consult. 12 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.prensaiberica360.es/tarifas/tarifas-el-periodico-de-extremadura/>.

Todo lo que hay detrás de un periódico del siglo XXI — , 28 fev. 2019. [Consult. 13 jul. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/watch?v=WT9AfiS9\_B4>.

TUCK, Andrew — Monocle's Singular Vision. Em **Newspaper Design: Editorial Design from World's Best Newsroom**. Berlim : Gestalten, 2018. p. 206–207.

TUZZO, Simone Antoniacci — **O impresso na era digital pela perspectiva dos portugueses**. Goiás : Universidade Federal De Goiás – UFG e Centro de Investigação Media e Jornalismo – CIMJ – UNL, dez. 2014

TYPETOGETHER — **Literata Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/literata-font>.

TYPETOGETHER — **Tablet Gothic Font** [Em linha] [Consult. 7 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.type-together.com/tablet-gothic-font>.

ÜBELE, Ludwig — Georg Salden. **Baseline**. 63 (2017) 34–43. ISSN 0954-9226.

**Um novo rosto para o EXPRESSO** — [Em linha] [Consult. 11 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://expresso.pt/actualidade/um-novo-rosto-para-o-expresso=f107475>.

VALENTE, Beatriz Torres — **Alentejo e o alcoolismo: há cada vez mais jovens a “beber até cair”** [Em linha], atual. 30 ago. 2022. [Consult. 4 dez. 2022]. Disponível em WWW:<URL:https://www.vozdaplanicie.pt/noticias/alentejo-e-o-alcoolismo-ha-cada-vez-mais-jovens-a-comer-excessos>.

VELEZ, Maria De Fátima Grilo — Imigração e desenvolvimento em regiões de baixas densidades: territórios de fronteira no Alentejo (Portugal) e na Extremadura (Espanha). 2011).

VIEIRA, João Ricardo De Carvalho — **O JORNALISMO DE PROXIMIDADE NA ERA DIGITAL: ANÁLISE FUNCIONAL DA EDIÇÃO ONLINE DO JORNAL DA MEALHADA**. Porto : Universidade Fernando Pessoa, 2009

VRIES, James DE — Newspaper design as cultural change. **Visual Communication**. ISSN 1470-3572, 1741-3214. 7:1 (2008) 5–25. doi: 10.1177/1470357207084862.

## ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

**Apud** citação indireta

**CEE** Comunidade Económica Europeia

**CM** Câmara Municipal

**CMM** Câmara Municipal de Mourão

**ERC** Entidade Reguladora para a Comunicação Social

**INE** Instituto Nacional de Estatística

**ISSN** International Standard Serial Number

**PDF** Portable Document Format

**p.** Página

**pp.** Páginas

**SND** Society for News Design

**TL** Tradução Livre

**@** Arroba

**€** Euro

**%** Percentagem



## GLOSSÁRIO

**Adobe** Material que utilizada como base a terra ou barro e é usado na construção.

**Altura-x** Altura das letras minúsculas de uma fonte.

**Cal** Pedra calcária em estado líquido, usada como tinta.

**Comunidade local** População residente de Mourão.

**Comunidade migrante** População que era originária de Mourão e que vive fora do concelho, seja dentro ou fora de Portugal.

**Design editorial** Design de publicações impressas, como é o caso dos jornais.

**Emigração** Ato de sair do país de origem e de se estabelecer em um país estrangeiro.

**Entrelinha** Espaço compreendido entre as linhas do texto.

**Êxodo Rural** Migração de pessoas das zonas rurais para as zonas urbanas no mesmo país.

**Layout** Processo de organizar os elementos gráficos numa página.

**Migração Interna** Migração de pessoas das zonas rurais para as zonas urbanas no mesmo país.

**Imigração** Ato de se estabelecer num país estrangeiro.

**Litoralização** Concentração da população nas zonas litorais e urbanas do país.

**Nómadas Digitais** Grupo de pessoas que utiliza a tecnologia trabalhar remotamente.

**Periódicos** Publicação impressa que aparece entre períodos de tempo regulares.

**Pro Bono** Realizar alguma tarefa para o bem da população sem qualquer retribuição monetária.

**Saldo Natural** Diferença entre o número de nascimentos e o número de óbitos, num dado período de tempo.

**Saldo Migratório** Diferença entre o número de entradas e saídas por migração, internacional ou interna, para um determinado país ou região, num dado período de tempo.

**Spread ou página dupla** Conjunto de duas páginas opostas em que o leitor as vê em conjunto.

**Tagline** Frase curta que representa a marca e o seu público alvo.

**Taipa** Material que utilizada como base a argila e é usado na construção.



# APÊNDICES

## CONSENTIMENTO INFORMADO

PROJETO FINAL DE Mestrado em Design de Comunicação

**“O contributo do design de comunicação na dinamização de uma vila interior:  
Um jornal para a vila de Mourão.”**

Maria João Nunes

No âmbito do Mestrado em Design de Comunicação da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, a aluna Maria João Jordão Nunes, com orientação da Professora Doutora Elisabete Rosado Rolo, pretende realizar um Projeto Final com intuito de colocar em prática os conhecimentos adquiridos na sua licenciatura e mestrado na conceção de um jornal regional para a vila de Mourão. Pretende com este projeto, unir os residentes e os migrantes das variadas faixas etárias e, paralelamente, atrair mais visitantes para o concelho, colocando no centro a questão: Como pode o design de comunicação contribuir para a dinamização local e transmitir o sentimento de pertença a um local?

Foi selecionado para esta entrevista, porque preenche um conjunto de critérios que permitem à investigadora a recolha e análise de parâmetros que permitirão uma melhor definição do projeto a ser desenvolvido. Deve ler com atenção a informação apresentada abaixo e, se ocorrer alguma dúvida, não hesite em contactar.

### CONTACTOS

Investigadora: Maria João Nunes

Telemóvel: +351 966484985

E-mail: mj.mariajordao@hotmail.com

mariajnunes.design@gmail.com

Orientadora: Elisabete Rosado Rolo

Telemóvel: +351 965 309 440

E-mail: elisabeterolodesign@gmail.com

### PARTICIPAÇÃO E DESISTÊNCIA

A participação é livre e voluntária, podendo, posteriormente, desistir em qualquer momento, mesmo após a concretização da entrevista, sem qualquer tipo de penalização.

### PROCEDIMENTOS

Para participar, ser-lhe-á pedido o seguinte:

- > A resposta a um conjunto de perguntas realizadas pela investigadora (se tiver alguma pergunta a que não se sinta confortável em responder, é livre de não responder).
- > O tempo de duração da entrevista não tem um limite definido, por isso, as respostas às perguntas realizadas podem ser longas. O entrevistado deve responder ao que sinta que é importante referir.
- > Dependendo da circunstância da entrevista, se esta for presencial, a investigadora pede-lhe a autorização para a gravação de voz para arquivo e análise.
- > Após a realização da entrevista, serão enviadas todas as respostas para revisão por parte do entrevistado, podendo, nessa altura, acrescentar ou retirar elementos às suas respostas finais.

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

.....  
.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

.....

Nome do Entrevistado

..... / .....

Assinatura do Entrevistado

Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

..... / .....

Assinatura do Investigador

Data

## Consentimento assinado de Maria Luís Ralo

**CONSENTIMENTO INFORMADO**

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

.....

.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

Nome do Entrevistado

*Maria Luís Ralo* ..... *05.05.2022*

Assinatura do Entrevistado Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

*[Assinatura]* ..... *05.05.2022*

Assinatura do Investigador Data

## APÊNDICE A

### ENTREVISTA A MARIA LUÍSA RALO

**Nome do entrevistado:** Maria Luísa Ralo

**Profissão atual:** Vice-presidente da CMM

**Jornais que lê:** -

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo da entrevista:** 25 min

**Dia da entrevista:** 05.05.2022

**E-mail:** maria.ralo@cm\_mourao.pt

#### **Mourão sempre teve muitas imigrações e emigrações da população?**

Mourão sim, sempre teve.

#### **Quais os principais destinos e as principais razões da sua saída?**

Portanto, as principais razões são, sem dúvida, a falta de trabalho que neste momento estamos a atravessar; a falta de habitações, neste momento não há casas para alugar em Mourão. Entretanto por ser um local tranquilo, calmo, sereno, acolhedor, há muita gente de fora que acaba por ver nele um local de fim de semana e de férias e tem sido um local muito procurado, o que por um lado, antes havia muitas casas para venda, levou a que estas pessoas de fora comprassem essas habitações, que também por serem de fora têm outra possibilidade de compra, que com muita tristeza, os mouranenses não têm. Também tem havido muito turismo e cada vez mais, como no ano passado, no outro ano nem tanto devido aos confinamentos, não havia muita gente. Também com a história da pandemia muitas famílias acabaram por procurar esses locais, para poderem estar com os filhos, temos um Alqueva enorme e bonito, não estando em contacto com ninguém, só com a natureza, podemos jogar à bola, podemos andar de bicicleta, podemos fazer essas coisas todas que na cidade não é possível, é impensável. Também foi um empurrãozinho para que as pessoas procurassem casa, muitos deles com o teletrabalho tiveram essa possibilidade de vir

para Mourão, muitas famílias acabaram por vender as suas casas em Lisboa e nos grandes centros urbanos e optaram por vir para cá. O que acontece é que essas pessoas acabam por ter mais poder de compra comparando com a maior parte das pessoas de Mourão, que vivem de subsídios de desemprego, baixos rendimentos, e quando vão ao banco para puder comprar a casa são automaticamente barrados e não têm condições. Neste momento estamos com este problema de não haver casas para vender e principalmente para arrendar, é um assunto que nos deixa muito preocupados e estamos a tentar resolver, até porque queremos que as pessoas fiquem.

**Sim e os jovens tendem sempre a ir para a cidade à procura de melhores condições de vida, mais trabalho, mais rendimento...**

Exato, os jovens iniciam a sua vida com os namorados/as e aqui sentem que não têm qualquer oferta que permita essa condição de vida...

**E não só, muitas vezes os jovens saem do interior para irem estudar, iniciam a sua vida profissional e pessoal e acabam por lá ficar. Que tradições e costumes são únicos no concelho de Mourão?**

Que tradições e costumes... O nosso Carnaval aqui, costuma ser um pouco único porque temos as danças, se bem que há outros sítios aqui no Alentejo com danças. Não é característico de Mourão, mas adaptamos, digamos assim. Tradições... temos sempre nos nossos eventos, o tradicional canto alentejano, quer masculino como feminino que fazemos sempre questão de introduzi-lo. Temos muitos costumes a nível da gastronomia, nível de estar, como por exemplo, uma coisa que eu que eu comecei a ver nos turistas e nas pessoas que vieram para cá, o hábito de manhã irem à padaria e ficar na fila, muita gente até o faz de bicicleta porque depois percorrem a vila e fazem as compras pelo caminho, enquanto na cidade vão aos grandes supermercados. Quando se vai para casa, depois de uma festa, ir buscar pão à padaria

de noite buscar pão quente com os amigos. São pequenas coisas, mas que são únicas aqui. No Natal, quase todas as pessoas têm uma lareira em casa que depois cria um cheiro característico na rua, da humidade com o cheiro do lume, que nos sabe muito bem quando estamos a passear seja a hora que for e levar com o frio gelado na cara ou um dia gelado com um sol esplêndido.

**Quais as festividades e/ou eventos no concelho de Mourão que influenciam a relação entre os residentes, migrantes e visitantes com o concelho?**

A Nossa Senhora das Candeias, a maior. Depois também temos a Festa de São Sebastião, se bem que agora está um bocadinho parada, mas esperamos que através de um grupo de pessoas interessadas a voltar a mantê-la, que era em agosto na Ermida de São Sebastião no campo, numa altura em que as pessoas emigradas da Suíça e que estavam fora noutros locais voltavam para passar o verão e estarem presentes, faziam sempre a tradicional festa de São Sebastião, portanto era uma altura que percebeu-se que se juntavam as pessoas vindas de fora e espera-se que brevemente se possa recuperar essa tradição. A Nossa Senhora das Candeias é uma festa muito conhecida em todo o Alentejo e não só, seja ela segunda, terça ou ao fim de semana, vem toda a gente.

**Quais os últimos avanços digitais que utilizam para manter o contacto com os residentes, migrantes e visitantes e qual o objetivo principal?**

São os mupis que nós temos, no castelo e na praça, de frente para o posto de turismo, que é digital em que passamos um vídeo com as nossas tradições, costumes, as festas, o que se faz, o que se come e onde, farmácias. Entretanto ainda não nos satisfaz, as tecnologias estão sempre a evoluir e andamos aqui a ponderar outras opções, porque mesmo que não esteja ninguém no posto de turismo o visitante pode sempre consultar as informações.

**Constatei que recentemente realizaram o redesign da imagem do concelho e estão a ter mais presença nas redes sociais. Qual o objetivo e a razão para esta evolução? Será uma mais-valia? Em que aspetos?**

Uma mais valia é sem dúvida. O nosso objetivo é dar a conhecer ao mundo visto que a Internet nos leva a todos os cantos do mundo, poder mostrar precisamente os nossos costumes, as nossas tradições, o que temos de melhor para visitar, para comer, para passear e até mesmo para mostrar às pessoas que aqui uma boa tarde se pode fazer uma tranquila sesta à beira do Alqueva ou passear no jardim público. Dá-nos a oportunidade de partilhar aquilo que nós temos diariamente e mostrar às pessoas o quão bom é e o que podem aproveitar.

**E até que ponto é que estes meios de comunicação digitais se conseguem adaptar às pessoas mais idosas e às com pouco conhecimento?**

Felizmente temos muitas pessoas idosas que sabem mexer no Facebook, quando publicitamos alguma festa ou evento, nós tentamos sempre compensar com a colocação em papel nas padarias, nos supermercados e nos locais onde as pessoas mais frequentam, para que as pessoas mais velhas possam saber o que é que se está a passar. Claro que os nossos vídeos promocionais são mais difíceis de fazer chegar às pessoas, mas como há muitas pessoas mais velhas que mexem na internet e que acabam por estar ou na ginástica ou nas caminhadas e mostram. Felizmente nós temos um público muito ativo, as pessoas mais velhas gostam sempre muito das caminhadas. Este executivo está a calendarizar quatro caminhadas durante o ano, brevemente irá ficar também disponível na nossa página do Facebook e no website no site.

**Sim, tenho estado atenta e existem sempre muitas atividades a acontecer que antigamente não eram muito divulgadas...**

Muitas delas também não aconteciam, por exemplo, essa questão das caminhadas nós optámos acontecerem sempre. Nós temos no nosso Mourão paisagens encantadoras em qualquer estação do ano, todas elas diferentes e aproveitámos logo para calendarizar uma caminhada por cada estação. Fizemos uma agora na sexta-feira, que é Sexta-Feira Santa e está cá com muita gente a passar a Páscoa. Lá está a Nossa Senhora das Candeias é sem dúvida a que traz mais gente, mas a Páscoa igualmente muita gente, não com a mesma quantidade e regularidade, mas nós também calendarizamos nestas alturas. Depois as pessoas mais velhas perguntaram-me logo quando é que era a próxima, que vai ser um misto de pôr do sol com as estrelas.

**Qual a estratégia de comunicação em que assentam as novas propostas do município? (redes sociais, nova linguagem visual do concelho, renovação do site) (De que forma é que a CM ganha com esta nova aposta na parte visual e de comunicação do concelho?)**

Com a vertente digital digamos assim é a questão do turismo e a economia sem dúvida, penso que também é um pouco de estratégia. A imagem é nossa cara, a primeira impressão é a que fica, por isso a nossa estratégia assenta na promoção do concelho.

**De que forma divulgam as últimas notícias do concelho?**

Na página do Facebook, no website do município e algumas delas também no Youtube, onde começámos a partilhar as nossas assembleias municipais para as pessoas que não têm possibilidade de estar presente, fazemos direto, assim como as nossas reuniões da Câmara ficam disponíveis no Facebook e no YouTube para que as pessoas possam perceber o que é que nós andamos a fazer.

**Em relação aos antigos jornais, O Mouranense e o jornal Al'Mogron, que tipo de apoios a CMM costumava dar?**

Eu não posso falar muito nesse sentido porque eu não acompanhei. O Mouranense penso que pertencia à Fábrica da Igreja. Nesse colaborei com o Padre Inácio, foi ele que teve iniciativa na altura que eu estava no grupo da igreja, era catequista e todos os membros que pertenciam ao grupo de catequistas, tínhamos sempre estipulado no dia a seguir aos ensaios irmos dobrar jornais. O senhor padre elaborava o jornal, as pessoas mandavam as notícias, ele ia à Gráfica Eborense em Évora, grande parte das coisas eles já levavam quase feitas para a gráfica, depois trazia e jornais nós fazíamos a dobragem e ia para o correio. Toda a gente fazia um pouco, era um trabalho em conjunto. Relativamente ao outro não acompanhei muito porque também foi um período que estava a estudar e não estava cá.

**Qual o intuito do Boletim Informativo produzido pela CMM?**

Desse não posso falar, mas posso lhe dizer que o nosso está quase a sair. Temos um Boletim Informativo que penso que será trimestral, não tenho a certeza se é mensal ou trimestral. Vai começar a ser produzido novamente, a nossa ideia é dizer o que a CM faz, as notícias da terra e mostrar Mourão.

**Qual a importância do jornal para a população na região interior como a vila de Mourão?**

A importância a meu ver é sempre gratificante e uma mais-valia. Infelizmente acho que as pessoas acabaram por desacreditar, digamos assim, não é desacreditar, mas desvalorizam. As pessoas atualmente dão mais importância tudo o que é rede social, tudo o que é notícias curtas, informação rápida e passa ali em segundos e acho que por isso o jornal (O Mouranense) foi caindo em desuso. Os jovens, por exemplo, nem sabem o que isso é. É como os livros, não tem nada a ver, tem

o cheiro e estar a virar as páginas... eu, por exemplo, não consigo, não me dão a volta, prefiro o tradicional digamos assim. Os livros digitais não têm nada a ver. As pessoas vão mais facilmente ver o que se passa num jornal na internet, se calhar abre um site para ver as notícias, mas é uma visita relâmpago.

### **De que forma a CMM apoia novos projetos para a riqueza cultural e melhoria na dinamização da vila?**

Nós apoiamos sempre novos projetos, agora tudo depende da maneira como os projetos forem apresentados, se for uma questão de dinheiro é mais difícil, que não há, mas com uma grande boa vontade e uma grande equipa que nós temos por trás, todas as possibilidades que têm sido colocadas na mesa temos ajudado e o que também é bom para nós porque nos enriquece. Portanto depende, se for uma questão monetária mais difícil, mas estamos cá para colaborar e ajudar.

### **Na história de Mourão, que importância teve/tem a imprensa?**

Eu acho que na história do Mourão e naquela época do jornal foi muito importante, havia muita gente de fora e era a forma das pessoas de Lisboa, quando recebiam o jornal em casa, saberem as notícias de cá não havendo redes sociais estando limitados aos quatro canais televisivos, o jornal era naquela altura o Facebook de hoje e era uma mais-valia mas depois acho que com a tecnologia a avançar, com o avanço das redes sociais as pessoas foram perdendo o interesse acabando por o jornal não sobreviver, tinha custos e era com as mensalidades que conseguia sobreviver.

**Sim, o próprio jornal era uma forma de as pessoas que não estão cá ligarem à terra e acho que hoje em dia ainda é, por exemplo, eu falo pelo menos pelas pessoas idosas da minha família que sentem saudades do próprio jornal mesmo vivendo cá porque depois também gera conversa entre a população. Em Lisboa ainda mais porque não estão cá.**

Pois, fazia muita falta, o que acontece é que o jornal vivia da mensalidade que era muito baixa logo à medida que os assinantes foram reduzindo as assinaturas... eu lembro-me ainda que acompanhei esse período, houve muitas fases más no jornal que se conseguiu ir sempre superando, mas chegou ali a uma dada altura que as pessoas iam cancelando, não queriam continuar a renovar a assinatura, era menos esse dinheiro que entrava e era o papel que se tinha de comprar, era as impressões, era a cola, era a tinta, era os envelopes, era aquelas coisas todas. Depois quando o Padre Luís veio para cá, aquando da morte do Padre Inácio ainda se retomou, acho que não foi com a mesma periodicidade, não sei se era mensal ou trimestral. Entretanto o Padre Luís também se foi embora, sem perceber o motivo, e acabou por o jornal deixar de existir.

### **O Mouranense acabou por se tornar um património identitário de Mourão.**

E até que ponto é que não pode pegar n'O Mouranense, com ajuda quem sabe do município e metê-lo novamente ativo. Se calhar, a igreja se houver que alguém que quer ajudar e que quer pegar, se calhar até acaba por ser uma lufada e ar fresco. Podemos pensar nisso.

Consentimento assinado  
de Cecílio Mendonça.

**CONSENTIMENTO INFORMADO**

Este documento tem por objetivo informar o participante sobre os procedimentos da pesquisa e obter o seu consentimento informado para a participação na mesma.

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

.....

.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

Nome do Entrevistado

*Cecílio Miguel Espazinho Mendonça* 06/05/2022

Assinatura do Entrevistado Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

*[Assinatura]* 06/05/2022

Assinatura do Investigador Data

## APÊNDICE B

### ENTREVISTA A CECÍLIO MENDONÇA

**Nome do entrevistado:** Cecílio Mendonça

**Profissão atual:** Funcionário Público

**Jornais que lê:** O Público, Expresso, as revistas da Visão, Sábado.

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo da entrevista:** 60 min

**Dia da entrevista:** 06.05.2022

**E-mail:** cespadeito@hotmail.com

#### SOBRE MOURÃO

##### **Mourão sempre teve muitas imigrações e emigrações da população?**

Sim, Mourão nos anos 60, nos censos de 1960 ou 1950, tinha 5700 habitantes e foi perdendo população. Agora em 2022 tem cerca de 2180. Tem perdido população sempre, sempre, embora atualmente, o que eu noto é estrangeiros a quererem viver aqui e a comprarem montes, a tentarem procurar uma vida mais saudável e mais sustentável, essencialmente respeitar mais a natureza. Nos países deles já deram o que tinham a dar, já não há maneira de voltar (a ter um estilo de vida mais sustentável) e aqui na zona nota-se vários estrangeiros a viverem. Estes estrangeiros olham para a região com olhos de quem vive cá que já não olha, que é de preservar a natureza, olhar o pôr do sol e ver a beleza das paisagens, ver coisas que nós no dia a dia por vezes já nem reparamos. Eles valorizam a proximidade das pessoas, até em relação à escola, há vários casos de pessoas estrangeiras cá, por exemplo, um casal foram agora viver para Nova Iorque e têm uma casa em Londres, ele é piloto das linhas aéreas e faz ligação Nova Iorque a Hong Kong, ela viveu aqui, os pais viveram ali perto de Elvas durante um tempo e ela andava num colégio em Espanha, mas sempre quis vir viver para aqui, então comprou aqui um monte. Tem duas miúdas que ainda se inscreveram cá na escola, entretanto veio a pandemia e o marido ficou em risco de perder o trabalho de piloto na empresa de Hong Kong, eram quase todos ingleses ou americanos que lá trabalhavam, e acabaram por ir para Nova Iorque, mas ela sente que aqui é que é a casa dela,

pois lá é muito diferente daqui, ela diz que aqui há paz e as pessoas são muito mais francas, por exemplo, ela diz que um dia foi buscar as filhas à casa de uma amiga e vê uma arma em cima do frigorífico, depois uma arma em cima de uma estante, “Pronto, já não vêm brincar para esta casa.” disse ela. Entretanto por causa da pandemia, eles não sabem como é que vai ser a vida deles, ainda viveram cá uns anos, ele fazia os voos intercontinentais e depois vinha e estava 15 dias cá e era assim, ia e vinha. É difícil para as crianças se adaptarem tantas vezes, elas adoravam isto, estar a correr e saltar e as amizades que se criam aqui.

### **Quais os principais destinos e as principais razões da sua saída?**

A falta de emprego essencialmente. Eu hoje tenho uma visão do Alentejo, se calhar até é geral, que o Alentejo é uma zona onde as pessoas podem usufruir de tudo e há uns anos era sinónimo de atraso, de preguiçosos... e atualmente já não, tenta-se ser sustentável, tem-se acesso a tudo e vê-se que o mercado turístico, por exemplo, aqui perto, em Monsaraz, o Monte do Barrocal é essencialmente para o mercado canadiano e americano e ainda agora saiu numa revista americana. O hotel era excepcional, é sustentável, era um monte antigo. Nós um dia estávamos ali na Adega (Velha), fizemos um Encontro Mundial da Poesia com alguns amigos e cada um levava um poema que o marcava e foi engraçado porque, numas mesas próximas, estava lá um casal americano e começaram a ler Fernando Pessoa em português, depois chamamo-lo para a nossa mesa, eramos cerca de 20 pessoas, e passámos a noite todos juntos. Resumindo e concluindo, eles viviam em Nova Iorque, a senhora era ginecologista e ele era cirurgião ou médico, mas que vinham quase todos os meses a Portugal passar uns dias nesse monte, alugam umas bicicletas, percorrem aqui a zona. Depois trocámos contactos e quase sempre quando vêm mandam mail e vamos beber um café. Acho interessante, eles não olham para o Alentejo como subdesenvolvido, temos Internet, temos serviços, temos tudo. Lembrei-me agora de outro, o Alentejo estava na moda e tiveram aí uns Nómadas Digitais, inclusive depois acho que até deu na televisão, fize-

ram uma reportagem sobre eles, tiveram aqui um tempo em Mourão a trabalhar, tinham uma caravana e iam visitar a zona. Trabalham no setor técnico e no setor imobiliário, eram da zona do Minho e diziam que tinham uma ideia completamente errada do Alentejo que afinal é bastante desenvolvido.

### **Que tradições e costumes são únicas no concelho de Mourão?**

A doçaria é extremamente importante. A parte religiosa vivesse com muita intensidade, quer a Páscoa quer as restantes festividades, a Nossa Senhora das Candeias. Para além da doçaria a nossa gastronomia é um dos pontos principais. Vir aqui comer comida autêntica, mas caseira, agora já não temos é tantos restaurantes, quase todos fecharam porque trabalhar na restauração é difícil, mas fecha não é porque não tem clientes, a pandemia pode ter ajudado, fecha porque não tem pessoas para trabalhar. Também vejo o outro lado da questão, os ordenados pagos na área da restauração são baixos, são ordenados de 700€ e 800€ e a trabalhar duro muitas horas, mas isso é aqui como em Lisboa. Há dificuldade de arranjar pessoas para estes trabalhos e também para as pessoas que têm montes para limpar ou para cozinhar.

### **Quais as festividades e/ou eventos no concelho de Mourão que influenciam a relação entre os residentes, migrantes e visitantes com o concelho?**

Principalmente a Nossa Senhora das Candeias.

### **Na história de Mourão, que importância teve/tem a imprensa?**

A importância da imprensa é na união entre as pessoas, é o elo ligação à terra.

## SOBRE O JORNAL AL'MOGRON

### **Como iniciou o seu percurso no jornal, qual era o seu cargo e colaborou por quanto tempo?**

No início foi uma comissão instaladora que trabalhávamos todos para o jornal, havia um nome, mas não era para ocupar um lugar propriamente dito. Posteriormente quando o pessoal foi desistindo, então depois fui diretor adjunto com um outro moço, o diretor Luís Rodrigues. A minha colaboração foi durante todo o tempo da existência do jornal desde que foi fundada até à extinção, ou seja, mais ou menos quatro anos. Extinguiu-se porque as pessoas saíram todas ficamos só nós, duas pessoas. Eu como sempre gostei de jornalismo, de divulgar as coisas da terra, achei que o jornal era um meio de comunicação importante para as pessoas que se encontravam longe, porque havia um jornal local, não era propriamente ídolo religioso, mas estava encostado à religião e acho que fazia falta outra visão diferente das notícias de Mourão. O outro não era propriamente isento, as pessoas não tinham opção de escolha, por exemplo, lembro-me quando foi o referendo do aborto, claro que a igreja não abriu, era contra o aborto, e as notícias foi tudo nesse sentido. Nós tentámos abrir e entrevistar para dar mais opção de escolha ao leitor.

### **Qual foi o motivo da criação do jornal e que valores queria transmitir?**

Isenção, uma das coisas era isenção, era mesmo transmitir liberdade de escolha do leitor e não ouvir só um lado porque aqui as pessoas liam muito O Mouranense e era a notícia que ficava vinculada, não havia outra forma de ver, então era dar-lhes a mesma notícia, mas tratada de forma diferente, de uma forma isenta.

### **Qual a importância do jornal para a população numa região interior como a vila de Mourão?**

Atualmente, talvez não seja tanto por causa das redes sociais, mas principalmente naquela altura, era. O jornal saía e as notícias eram dissecadas todas e toda a gente na rua falava um bocadinho das notícias porque, por exemplo, nós fazíamos um pouco de investigação, íamos para o terreno, falávamos com a população, entrevistávamos o poder político, e eramos, principalmente, isentos. Lembro-me de uma vez, houve um problema muito grande porque a Câmara extinguiu os transportes da Luz para Mourão e nós fomos para o terreno, o jornal O Mouranense foi muito na linha do editorial deles e defendendo um pouco aquilo ainda ligado à Câmara, depois nós fomos entrevistar as pessoas e percebemos que realmente as pessoas estavam revoltadas, acusavam a Câmara que não tinha procedido bem com a rodoviária e uma população como à Luz sem ter transportes para Mourão. A nossa notícia foi completamente diferente da notícia que tinha saído n'O Mouranense e foi uma bomba porque nós no artigo dizíamos que a população acusava mesmo diretamente e aquilo criou uma bomba em meios pequenos como este.

### **A que faixas etárias se destinava?**

Destinava-se à população toda em geral, mas também tínhamos uma parte para os jovens, para quem gostasse de escrever poesia, era livre, qualquer um podia escrever. Por exemplo, depois fizemos um levantamento, a nível rural, de todos os montes e explorações agrícolas com fotografias, para percebermos a economia da região como é que assentava e as dificuldades que os agricultores estavam a passar nessa altura. Em todos os montes e todas as explorações médias e maiores, fizemos um levantamento e uma reportagem mensal com um agricultor. Íamos ao monte tirar as fotografias e fazíamos a entrevista. No fundo, dávamos uma visão dos locais, eu por exemplo, havia montes e sítios que eu não conhecia cá e passei a conhecer porque fomos ao

local. A pessoa falava da família dela e fazia a ligação da terra à família e depois a forma como a exploração era orientada. Foi entre 97 e 98 que fizemos essa rubrica, por exemplo, inclusive das festas, também tínhamos uma rubrica que era “As Ruas da Nossa História”, cada rua tem um nome de uma pessoa e nós fazíamos a investigação de quem era, por exemplo, a (Rua) Machados dos Santos ou sobre Largo Miguel Bombarda... tínhamos um bocadinho de todas as ruas que eram as ruas da nossa história, as pessoas gostavam muito, era interessante. Pessoas viviam na Rua, mas não perceberam porque era aquele nome e saber o que estava por trás. Ainda hoje sei o nome de todas as ruas, pois nós investigamos e íamos ver a biografia da pessoa, por exemplo, aquela (Rua) João José Gomes Vasconcelos Rosado, depois há a (Rua) Joaquim Silvestre de Vasconcelos Rosado, são nomes parecidos e nós conseguimos perceber a ligação e a importância deles para terem nomes nas ruas. Aquelas pessoas foram todos deputados do reino antes da república e representavam Mourão nas cortes. E pronto era engraçado.

### **Quantas subscrições e vendas tinham em média por ano/mês?**

Nós tínhamos à volta de 2000 assinaturas, mais ou menos, no máximo 3000. Tínhamos subscrição e a pessoa depois podia comprar no posto de venda, tínhamos numa papelaria disponível. O jornal O Mouranense era só subscrição. Sobravam muito poucos jornais das subscrições, depois vendíamos na papelaria, muitas pessoas que não queriam comprar um mês ou não queriam fazer subscrição, era uma boa forma de as pessoas poderem ver como é que era o jornal. Tínhamos na Luz e cá em Mourão uns postos de venda.

**Atualmente é que já não existem muitos locais para fazer esse método de venda avulso...**

Sim, hoje já não existe a papelaria, a bomba de gasolina é o único. Na Granja, a Junta de Freguesia disponibilizou-se para ter um local e na Luz também tínhamos um espaço. As pessoas que queriam levar um jornal para ler, por exemplo, quando foi do processo da Luz e da barragem, pagavam lá e depois entregavam-nos o dinheiro.

### **Quais os critérios utilizados na organização e escolha dos conteúdos do jornal?**

Reuníamos-nos, primeiro analisávamos as notícias mais importantes e pedíamos à Câmara o calendário de eventos, por exemplo, nós apanhávamos muito a transição da construção da barragem do Alqueva, sabíamos se ia haver uma reunião com a EDIA sobre isto e depois havia sempre aqueles temas e aquelas entrevistas que continuavam nas edições, que eram essas dos agricultores, eram rubricas fixas que, no fundo, acabava por ser um pouco de conhecimento sobre a região e que as pessoas não tinham, então essas mantinham, depois eram as notícias da atualidade. Depois tínhamos também as atas das reuniões da Câmara e víamos as notícias mais importantes, investigar um bocadinho, falávamos com as partes e depois criávamos um texto.

### **Que meios de comunicação utilizavam para divulgar o jornal?**

Era mais boca a boca, ainda saiu algum tempo no jornal A Palavra, que era um jornal de Reguengos ligado à igreja, um anúncio. Depois os subscritores, ia lá uma parte, passe o jornal aos seus amigos e tinha lá um cupão subscrição. Os pontos de venda também era uma forma de utilizadores verem o jornal.

**Nos últimos anos, notou alguma quebra de vendas/procura no jornal?**

Não, manteve-se sempre. Mais ou menos sempre igual, o problema foi da equipa porque, nestes meios pequenos essencialmente, há quem não se importe de tomar uma posição sobre determinados assuntos ligados à política e há aquelas pessoas que não tomam posição nenhuma o que fez reduzir muito a equipa. Uns pertenciam ao executivo, outros foram não sei para onde, ou estavam ligados ou tinham interesses, e a equipa foi-se, digamos que não era só porque não tinham tempo era também por essas partes. A pessoa não consegue dizer o que pensa na nossa sociedade é assim. Olha eu na altura, estava no jornal e trabalha na Câmara e estava lá um presidente, primeiro ele não tinha que ver com a minha cor política, mas qualquer coisa que saía no jornal dizia: “Amanhã vou ser chamado ao gabinete do Presidente” e ele chamava-me lá: “Então saiu hoje esta notícia...” e nós: “Já lhe tenho dito que o nosso jornal é isento, nós vemos os dois lados. O dia que acharmos que o mais correto é o da sua parte, pronto.”. Nunca pensava que ia deixar de falar e sempre lhe disse isso, quando o lado dele fosse o correto, a gente dizia e até muitas vezes acontecia isso, mas quando é o contrário...

**O Boletim Informativo e o jornal O Mouranense foram concorrentes diretos do jornal Al'mogron. Nesse período sentiu-se alguma quebra de vendas/procura no jornal?**

Não, não, também não havia ali concorrência porque eram temas completamente diferentes. As pessoas tanto compravam um como o outro, por exemplo, O Mouranense tinha a listagem das pessoas que davam donativos para a igreja, vem lá o nome deles e as pessoas, no fundo, compravam porque gostavam de ver o nome deles lá e dos familiares. Isto é a realidade em meios rurais. Também tínhamos a parte dos nascimentos, falecimentos e casamentos que acho que é a principal, mas nós eramos só o nome sem dedicatórias como n'O Mouranense, não havia agradecimentos, era só a informação. Por exem-

plo, as pessoas aqui vão à festa da Nossa Senhora das Cadeias, davam dinheiro e punham o nome no jornal, X deu 10€ ou 15€ e nós fomos sempre contra esse tipo de coisas. Às vezes as pessoas mandavam-nos coisas: “Ai, o meu filho acabou o curso, vou mandar para o jornal”, e nós: “Olhe, não precisa de mandar para o jornal que não vale a pena”, não fazia sentido, não estava no nosso editorial, era completamente diferente. Olha uma vez, havia uma senhora que era a chefe dos correios e aconteceu um episódio caricato. Nós entrevistávamos pessoas que achávamos que tiveram importância para o desenvolvimento do concelho e a senhora do correio achava que tinha que ter uma entrevista porque era a chefe. A partir dali a senhora boicotou porque queria uma entrevista com fotografia, então quando entregávamos o jornal no correio, antes íamos entre porta em porta, mas se não entregássemos os jornais por maços e organizados por ruas, ela dizia que levava dez dias a distribuir. Depois também tivemos muitas coisas interessantes, fazíamos parte da imprensa Internacional e tivemos um encontro de imprensa internacional aqui, eram pessoas da América Latina, de vários países do mundo. O encontro teve quarenta e tal pessoas e tiveram três dias aqui em Mourão, portanto acabou por divulgar o jornal. Era a imprensa regional e local a nível mundial, veio cá o representante da imprensa estrangeira cá em Portugal e depois vieram de vários países, vieram do México. Organizámos um passeio para visitarem a região, almoço num lado, jantares noutro.

**Vocês é que tiveram a iniciativa de realizar este encontro cá, certo?**

Sim, sim. Foi nossa iniciativa, contactámos a imprensa estrangeira regional e local em Portugal e acharam que era bom, começámos a ver que realmente eles organizavam um ano num país, um ano noutro. Foi o ponto alto do jornal. Depois saiu a notícia nos jornais nacionais e nos jornais que estiveram presentes. Foi muito trabalho, foi muito engraçado. Foram quarenta e tal, quase cinquenta pessoas, ajudou imenso o jornal e o concelho.

### **Quais as principais dificuldades que encontrou quando o jornal estava ativo?**

Precisar de mais tempo mais tempo para cada edição porque a equipa foi reduzindo e nós fazíamos o jornal em pro bono. Tínhamos ainda o nosso tempo de trabalho, depois sair dali e ir fazer cada edição, preparar os testes, fazer as entrevistas, fazer a correção do português, fazer os detalhes, fazer a paginação, introduzir as imagens. Nós para poupar dinheiro, mandávamos tudo pronto para a tipografia que através dos assinantes conseguíamos pagar a impressão. No início, nós pedimos uma verba da imprensa local para o primeiro ano, não sei se ainda existe. Depois nós íamos a qualquer lado, pagávamos do nosso bolso, eu ia levar à nossa tipografia que era as Linhas de Elvas. Eu ia a seguir ao trabalho no meu carro, levávamos as disquetes num dia e quando já estava impresso, telefonavam para irmos buscar o jornal e tudo do nosso bolso.

### **Quais as razões do cancelamento da sua produção?**

As razões do cancelamento foi porque as pessoas foram saindo e a equipa ficou reduzida, era impensável, não conseguíamos manter. Depois o João (filho) também era pequenino e tinha de o apoiar. Quando eramos mais íamos duas a três vezes por semana à noite, conseguíamos, mesmo assim ainda íamos para lá às 7 ou 8 horas da noite e saímos às duas/três da manhã a preparar aquilo tudo. Chegava o fim de semana e não estava terminando, no início ainda dividíamos o trabalho, eramos mais ou menos aí umas oito pessoas. Um dos colaboradores era meu amigo, era professor catedrático de história de arte e ele fez o levantamento de todos os edifícios de Mourão, por exemplo, fez comparação dos nossos monumentos com outros em vários pontos do país, depois publicávamos no jornal. Fez muita coisa sobre o Castelo de Mourão e todas as igrejas, a Igreja de São Francisco, a Igreja da Misericórdia, a Igreja da Nossa Senhora das Candeias comparou com a Igreja de Santo Antão em Évora, a porta é igual, foi buscar esses pequenos detalhes. É história de arte, divulgávamos no jornal o nosso património.

## SOBRE O DESIGN DO JORNAL AL'MOGRON

### **Quem foram os responsáveis pelo design do jornal? A equipa foi sempre a mesma?**

Foi uma pessoa que trabalhava nestas coisas, naquela altura não era propriamente design, também não havia muito esse termo. O senhor era desenhador de plantas e achou que ter uma chaminé era interessante, o nome do jornal tinha a ver com o nome árabe da antiga vila, era Al'mogron. Fazia sentido, ficou engraçado, até porque a Chaminé Mourisca é um símbolo da nossa terra, faz parte da nossa cultura. A chaminé geralmente era na cozinha e era uma zona onde se reuniam as famílias, é o ponto de encontro. Ele ainda apresentou mais propostas, mas foi unanime. Depois no resto do jornal, eu já não me recordo bem, mas acho que nós usávamos o que era mais utilizado pela imprensa. Utilizávamos o Page Maker, era o programa que utilizávamos na altura. Tínhamos também um processador de texto, como o Word. Utilizávamos sempre os mesmos tipos de letra nas edições para ficar coerente, tínhamos cuidado na utilização da imagem, por exemplo, houve um acidente muito grave aqui onde morreu uma família, tivemos o cuidado de não expor as pessoas, tínhamos esse critério, mas também era utilizar o bom senso.

### **Acha que o design é um elemento importante na produção de um jornal?**

Sim, muito importante, cada vez mais. Hoje em dia, a imagem é logo a primeira coisa que vemos, por exemplo, a Câmara mudou a marca gráfica e fez vários vídeos e está muito interessante. A marca tem a parte verde que é da primavera, a parte castanha que é a terra e o Alentejo, depois tem o azul da água do Alqueva.

### **Sim e tem o formato de brasão que também faz alusão ao brasão antigo.**

**Alguma vez foi realizada uma reestruturação/redesign do jornal?**

Não, foram poucos anos e achávamos que estava bem e que funcionava, nunca pensámos em mudar.

**Quais são os métodos e onde é realizada a sua impressão?**

A impressão era nas Linhas de Elvas. Nós tínhamos um pequeno escritório que nos era cedido, era no edifício da antiga escola que tinha algumas salas vazias e o jornal pertencia à Sociedade Artística Mouranense. Nós fazíamos lá o jornal e levávamos tudo em disquete e eles imprimiam lá na gráfica. Nós definimos tudo, o tamanho do formato do jornal, o texto, as fotografias... quando eles tinham dúvidas com alguma coisa ligavam-nos, mas não sabíamos quais os métodos que utilizavam na impressão.

**SOBRE A CRIAÇÃO DE UM NOVO JORNAL****Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

Um jornal regional tem um enfoque completamente diferente das notícias regionais, para o conhecimento da região e para as pessoas de outras zonas do país que vêm para aqui e não conhecem. É uma forma de dar a conhecer a região de forma mais detalhada e, no fundo, ajuda as pessoas a interessar-se pela participação cívica nas localidades.

**Atualmente, acha que Mourão necessita de um jornal?**

Sim, e as redes sociais podem complementar, por exemplo, eu participei nos últimos anos do jornal O Mouranense, criámos um blog online do jornal, as notícias principais não as desenvolvíamos, colocávamos apenas as manchetes ou textos curtos e havia muita gente que lia.

**Se existisse um novo jornal, gostaria de fazer parte dele?**

Gostava, claro que gostava, adoro escrever.

**Acha que a criação de um novo jornal poderá possibilitar a dinamização das ações do concelho, a informação das notícias e possibilitar o aprofundamento e riqueza da história e cultura de Mourão?**

Claro que sim, inclusive de fazer chegar a pessoas mais idosas. Atualmente, as redes sociais divulgam muito as notícias e as informações, mas ainda há uma franja da população que não entra muito nas redes sociais, não sabe mexer nas tecnologias e fazer chegar ao jornal a essas pessoas é muito importante. Eu lembro-me que tinha uma tia que quando recebia o jornal ia logo falar com o meu primo. O jornal era um elo de ligação, nós no Al'mogron tínhamos muitas edições para o Canadá, para os Estados Unidos, África do Sul, restante Europa. Para elas era uma felicidade receberem um jornal de Mourão, era no fundo sentir a ligação local. O grupo de pessoas da África do Sul, agora já vivem cá, diziam que todos seguiam o jornal e era a forma de se sentirem parte de Mourão.

**Que benefícios observa na criação de um novo jornal? E que limitações?**

As limitações será na criação de uma equipa, a falta de voluntariado, mas não é só aqui em Mourão é em tofo o lado, se for para aparecer nas redes sociais e tirar fotografia já vêm, esta é a minha opinião. Os benefícios, pelo menos para mim, era uma coisa que eu gostava e empenhava-me, dava-me vontade de desenvolver o trabalho. Para Mourão, voltava a criar aquela ligação entre o jornal e a população.

Consentimento assinado de João Cosme.

**CONSENTIMENTO INFORMADO**

Este documento contém informações importantes sobre a participação na pesquisa. Leia-o cuidadosamente antes de decidir se deseja participar. Este documento não substitui a consulta com o seu médico.

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

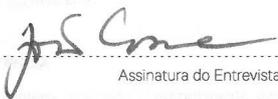
.....

.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

.....  
 João dos Santos Ramalho Cosme  
 Nome do Entrevistado

.....  
  
 Assinatura do Entrevistado

.....  
 03 / 05 / 2022  
 Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

.....  
  
 Assinatura do Investigador

.....  
 03 / 05 / 2022  
 Data

## APÊNDICE C

### ENTREVISTA A JOÃO COSME

**Nome do entrevistado:** João Cosme

**Profissão atual:** Professor de História na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

**Jornais que lê:** Todos (DN, Público, JN, CM, Expresso)

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo da entrevista:** 60 min

**Dia da entrevista:** 03.05.2022

**E-mail:** j.cosme@campus.ul.pt

#### SOBRE MOURÃO

##### Quais os principais destinos e as principais razões da sua saída?

Mourão enquadra-se dentro do contexto do Alentejo, que é no fundo marcado por problemas populacionais em função das guerras, das crises, etc., próprias do século XVII e XVIII e depois naquele contexto pós luta liberais, ou seja, a partir da segunda metade do século XIX é marcada precisamente por um crescimento populacional em que existe, portanto, uma desadequação, ou seja, não há uma capacidade de dar trabalho que é realizada pela mão de obra e depois as pessoas saem. Digamos que começa a ocorrer a partir do século XIX, mas sobretudo depois da guerra ou as guerras da primeira metade do século XX, que de certa maneira, estagnaram essa dinâmica populacional e, então, na segunda metade do século XX, no período dos anos 50 e na década de 60, a população tem a necessidade de sair, internamente para as zonas periféricas de Portugal, como Trás os Montes, Porto e não só, Mourão sai sobretudo para a periferia de Lisboa ou Barreiro, porque são principalmente zonas industrializadas. Para as periferias de Lisboa, Barreiro, Cruz de Pau, Loures, Sintra, Amadora, não é por acaso que a Amadora se torna concelho nesta altura e depois para o estrangeiro, chamado imigração, sobretudo França no caso concreto de Mourão, é a principal zona de destino. Também há para a Alemanha, Luxemburgo, mas França em função da proximidade. Também tivemos imigrantes na Austrália, mas do ponto de vista quantitativo não é muito significativo, mas isso é fundamental por causa d'O Mou-

ranense que se enquadra muito neste contexto. Até há, e acho que este aspeto é interessante, mas não é propriamente uma imigração, tecnicamente é uma migração interna, dentro do espaço nacional, por causa da fábrica da celulose, há um grupo muito restrito, sobretudo técnicos e engenheiros, pessoas com algum Know How digamos assim, são de fora, quer dizer, vêm para o concelho, portanto mobilidade interna. Por exemplo, um dos homens que iremos falar aqui, está ligado ao Mouranense, que é o chamado Doutor Martins, eu ainda o conheci, era pai daquele antigo Secretário de Estado do governo Durão Barroso, Poças Martins. Eu ainda brinquei com ele a jogar à bola e nos escuteiros, ou seja, é a prova desta mobilidade por causa dessa fábrica. Claro que é uma mobilidade interna muito reduzida, mas é sobretudo técnica.

### **Que tradições e costumes são únicas no concelho de Mourão?**

Eu acho que único é um pouco difícil porque o Alentejo é uma unidade cultural, mas nós talvez tenhamos uma coisa que é dentro da doçaria, talvez uma tradição culinária, que é a Encharcada, e acho que a Encharcada todas as pessoas mais idosas sabem, como a tua avó sabia fazer isto a sério, eu acho que é das poucas coisas que é nossa. Tradições, talvez a festa... nome Candeias, Nossa Senhora das Candeias, acho que isso não é uma tradição, é mais uma especificidade cultural porque é nitidamente um neologismo, ou seja, uma influência de Espanha, eles têm a festa de Nossa Senhora da La Candelária, portanto Candelária etimologicamente é a mesma coisa, é da luz das candeias. Depois o resto dos outros costumes fazem parte do Alentejo.

### **Também temos a nossa chaminé Mourisca, não é bem um costume.**

Sim, é verdade. É um elemento cultural e de tradição, talvez arquitetónico.

**Quais as festividades e/ou eventos no concelho de Mourão que influenciam a relação entre os residentes, migrantes e visitantes com o concelho?**

Penso que a única é festa de fevereiro. Hoje já ninguém vai à feira e depois havia o São Pedro, é mais recente, parece que havia antigamente, mas que eles renovaram, melhor, recuperaram o templo e depois renovaram essa tradição, mas já existia essa festividade em que as pessoas se juntavam no campo, juntou-se foi um fator agregador, o elemento religioso, que é a festividade de São Pedro a seguir à Páscoa. Mas acho que em Mourão é esta do dia 2 de fevereiro (Nossa Senhora das Candeias).

**Na história de Mourão, que importância teve/tem a imprensa?**

Eu tenho uma opinião muito própria. Acho que sobretudo hoje não existe, a realidade também é diferente, existe as redes sociais, a televisão, a rádio, e os custos da imprensa escrita hoje é um pouco caro. Acho que tem uma importância conjuntural porque tem a ver com cada jornal e o seu contexto histórico. Existiu em Mourão um jornal por volta de 1895, é esporádico, podes encontrar na Biblioteca Nacional, que era um semanário e foi fruto de uma conjuntura política. É nitidamente a imprensa utilizando o jornal como fator de publicidade política, penso que estava ligado ao partido progressista, que é na altura um partido monárquico, portanto, um partido chamado oposição, conservadores e progressistas. Nesta altura o sistema eleitoral tem uma forte matriz uninominal, ou seja, elege-se deputados por círculo. Também os chamados partidos de quadros ou notáveis, ou seja, é em torno de uma pessoa que tem dinheiro, ele próprio tenta expandir a sua imagem, o seu projeto, não é um projeto ideológico, é um projeto individual. Assim que acabam as eleições, o jornal termina, penso que teve 5 ou 6 números. Depois temos O Mouranense, já como órgão mensal, e temos o Al'mogron, para mim qualquer um deles com uma dimensão conjuntural, embora o primeiro tenha uma vida muito lon-

ga, não sei bem os anos que existiu. Tenho aqui um artigo publicado no jornal de 92, número 301 ano 26, jornal do dia 20 fevereiro de 92, onde há um artigo, acho extremamente interessante, na página 16, é a página final que tal como a primeira página tem um certo significado, e diz assim: “25 anos” porque o jornal começou em fevereiro, é o mês da festa (Festa de Nossa Senhora das Candeias a 2 de fevereiro), uma data simbólica, ou seja, fazendo as contas o jornal começa em 67, estamos nos anos 60. Tem aqui um artigo muito interessante que é: “25 anos e parece que foi ontem, sentia-se a necessidade da criação de um jornal” e porque é que o jornal aparece? Porque “todo o mouranense caracteriza-se por um entranhado amor à sua Terra”, ou seja, o jornal aparece como uma forma, numa altura de saída de gente para as migrações, quer interna quer externa, de unir e de ligar as pessoas e de levar a mensagem. Aqui fala em 3 homens, eu falaria em 4 ou 5 pessoas, um que é o senhor Valadas, penso que ainda é vivo, o Carvalho, que já faleceu, e, cá está, o tal engenheiro Martins da fábrica, que nós chamamos Doutor Martins, afinal ele era engenheiro Martins, ligado a questões ambientais de transformação no papel, e quem juntou o elo de aglutinador, foi o padre da paróquia era o Casemiro Ferreira Alves, também aqui está ligado, e está aqui uma pessoa, uma figura extremamente importante e que começou logo a colaborar com artigos de história, foi o Alcântara Guerreiro, cónego e quem é essa pessoa? Ele é alguém que vai para padre muito tarde porque primeiro licenciou-se em Coimbra em engenharia geográfica, ainda os cursos de Coimbra tinham 5 anos, depois é que vai para padre, tirou o curso de teologia, ainda foi tirar uma especialização em Strasbourg de história da arte, depois vai como diretor da Escola Industrial Lourenço Marques onde está muito tempo e é aí que ele é uma figura ligada à comunicação social, ou seja, começa-se a ligar à rádio. Ele na rádio da Lourenço Marques, todas as tardes ou semanalmente, tinha chamado os 5 minutos de Reflexão da responsabilidade dele e parece que aquilo tinha uma grande audiência. Do meu ponto de vista esta pessoa teve muito contributo, já ligado à comunicação social nesta década de 60, o tempo em que a comunicação, sobretudo a imprensa, ganha audiências, e a

televisão é de 57 em Portugal onde as primeiras reportagens são a vinda da rainha inglesa a Portugal. É neste ambiente de finais de 50 anos 60 que existe esta necessidade da imprensa e ele sendo uma das figuras com um papel importantíssimo. Portanto isso só para dizer que são 2/3 dos mouranenses: Carvalho e Valadas, depois o tal outro que não é mouranense e está ligado à fábrica, o tal engenheiro Martins, o padre da terra e o mouranense que foi diretor da Escola Industrial Lourenço Marques que levam avante o jornal. Curiosamente, é aqui que o jornal começa a ser impresso naqueles stencils antigos, que ainda me lembro, para as escolas. O jornal mais antigo que tenho é de 78, precisamente de fevereiro de 78, tem um pouco do contexto do aparecimento até aos dias de hoje. Depois temos o Al'mogron, isto que eu vou dizer pode ser polémico, mas é o meu pensamento, tem uma conjuntura política, digamos que um de um grupo jovem que se quer afirmar politicamente e, precisamente, face ao contexto d'O Mouranense, ou seja, não há censura, mas há um espírito, obviamente que há digamos assim, a regra, uma matriz essencialmente cristã e, portanto, mais informativa do que do que do opinativa. No fundo tinha um grande impacto, quem morria, quem nascia, quem se batizava, aquelas festinhas, portanto mais informativo do que opinativo. O Al'mogron era de dar uma dimensão política opinativa, não é por acaso que o primeiro diretor, o grande incentivador, é alguém que era vereador do Partido Socialista. Não é por isso, eu também fui também militante do Partido Socialista, mas analiticamente para mim o que me interessa é a verdade.

#### SOBRE O JORNAL O MOURANENSE

##### **Como iniciou o seu percurso no jornal, qual era o seu cargo e colaborou por quanto tempo?**

Convite. Em função da amizade, a minha participação no fundo é isto, a minha ligação à paróquia. Nesta altura, também acho que é importante dizer isto, portanto ali a partir dos anos 70, mas sobretudo a partir dos anos pós 25 de abril com uma série de mudanças, a publicação

d'O Mouranense deixou de estar no grémio, portanto o grémio começou a ter problemas com a sua estrutura, era ligado ao antigo regime, chamados os grémios da lavoura e passou para a paróquia e, com a vinda do novo padre, neste espírito do 25 de abril, a seguir nos anos 76, 77, 78, gerou-se uma dinâmica muito interessante com uma multiplicidade de colaboradores. Eu tenho aqui uma série de exemplos, como um poema de uma senhora, que é uma grande poetisa, professora de inglês, já faleceu, uma Fernanda que era mulher do comandante da guarda fiscal que na altura existia, portanto oficial de carreira, depois temos artigos de desenvolvimento de literacia ao nível de saúde com o médico Manuel Borralho e José Pedro, coisas do futebol, do hóquei em patins, portanto gerou-se um grande dinamismo. A minha colaboração foi sempre no âmbito histórico tanto que o meu primeiro artigo, uma coisa esporádica, eu até punha uma sigla, acho que é assim que se diz, E.H. que era estudante de história. Só começo a colaborar regularmente, sempre em história, em outubro de 83, porquê? Porque no último artigo do tal Alcântara Guerreiro, o tal homem com formação também em história de arte, engenheiro geógrafo, por causa da idade, terminou em agosto de 83, em setembro de 83 não há nenhum artigo deste género, então eu começo a colaborar efetivamente sempre com a participação em termos de artigos históricos em outubro de 83 a pedido do Alcântara Guerreiro. Depois como também comecei a ter um bom relacionamento de amizade com o padre, colaborei durante 33 anos certinhos, sempre todos os meses em termos de artigos históricos sem qualquer recompensa material a não ser ao fim de 1 ano a oferta do jornal, eu até comecei por pagar ao início, mas depois por uma questão de deferência disseram-me que não teria de pagar e ofereceram o jornal, isto durante 33 anos seguidos.

### **Também fazia um bocadinho por gosto...**

Naquela altura sim, mas eu sou mais de relações humanas. As pessoas em causa, eu sentia que lhe devia algum favor, nem é bem favor, mas achava que eticamente me deveria sentir reconhecido.

**Um aparte: tendo em conta este tipo de conteúdos, que também eram muito informativos e de história, havendo pouca escolarização, as pessoas gostavam e compreendiam o conteúdo? Melhoraria de alguma forma o conhecimento das pessoas?**

As pessoas todas, o grosso já sabia ler, não tinham grandes conhecimentos claro. Depois era através da transmissão verbal da informação, o pai diz a filha ou o filho diz ao pai melhor dizendo: “Olha pá morreu fulano tal. Olha lá no artigo de história até diz que Mourão foi ocupado no ano tal...”, portanto, eu acho que foi um fator agregador e, sobretudo de dois grandes objetivos, a dimensão de ligação local, o elo de fortalecimento da identidade mouranense e, depois, por inerência, acoplar a dimensão religiosa.

**Qual foi o motivo da criação do jornal e que valores queria transmitir?**

Penso que estes. Já agora vou só acrescentar, no fundo estas pessoas reconhecem, qualquer um deles, até vou ter uma palavra que não se deve escrever, mas vou dizer, nenhum deles era parvo, é verdade, eram pessoas do seu tempo e aperceberam-se da importância da imprensa nesta altura. Basta dizer que a televisão, que já havia, mas nós íamos ver a televisão ainda às instituições públicas, televisões individuais em 67 em Mourão eu penso que nem havia, é significativo, ou seja, aquela imprensa que é familiar, quer dizer, com assuntos de família, as pessoas reconhecem.

**Qual a importância do jornal para a população numa região interior como a vila de Mourão?**

É sobretudo esta, sim. Seria dar a conhecer a realidade da vila, ou seja, não perder o elo de ligação, portanto nesse sentido de manter vivo essa identidade, quer dizer, nessa altura telemóvel não havia e os telefones tinha eu, pelo menos acho que o pessoal todo tinha de ir aos correios, mais uma vez os telefones públicos. Funcionava aquilo que no fundo seriam, com umas ressalvas muito grande, as redes sociais da época. Nós hoje, mandamos um e-mail, mandamos um WhatsApp, mandamos não sei o que, eles ali não, era um jornal. Eu lembro-me em Mourão, eu próprio colaborava, mas não valorizava, quando vim para aqui, quer dizer, quando me desloquei, eu aspirava, eu ouvi muita gente que quando chegava o dia 20 iam todos os dias à caixa do correio a ver se vinha O Mouranense para saber de novidades. Era este fator de manter viva esta interligação identitária entre as pessoas e a vila.

**A que faixas etárias se destinava?**

Era para toda a gente sobretudo as famílias e também houve uma altura que até os jovens, porque quando publicávamos os resultados das classificações do hóquei em patins que era uma era uma equipa de jovens, outra acho que até chegaram a uma final do futsal, portanto era um jornal familiar numa boa maneira tradicional.

**Quantas subscrições e vendas tinham em média por ano/mês?**

Era mensal, portanto... olha na primeira edição impressa porque isto foi uma edição festiva...

**Sim, reparei que as edições com mais conteúdo eram, especiais eram sempre de fevereiro e do Natal ou final de ano.**

Claro, mas esta que que encontrei como uma primeira a ser impressa tipograficamente, teve uma tiragem de 1500 exemplares, porque na festa punha-se lá para as pessoas levarem e era uma forma de divulgar. A partir do momento em que começa a ser impresso com regularidade, penso que é de outubro de 94, já está com ficha técnica, tem 1000 exemplares e integra a associação de imprensa de inspiração cristã. Eu sei que nos tempos que eu colaborei mais ativamente ou nos últimos anos foi perdendo assinantes, mas isso é outra questão, já comentarei. Eu sei que havia vezes que sobravam 50, outra vez 60, portanto ultrapassava 900 à vontade de assinantes ativos, pagantes, mas sempre entre 920/930, portanto o jornal mantinha-se economicamente ativo, também com uma ou outra publicidade. Nos últimos anos, já com o penúltimo diretor, foi Inácio Branco, começa a ser mais complicado porque muitas pessoas morreram, portanto, muitos emigrantes regressaram à terra, outros morreram, outros foram para lares, mas nunca desceu ali dos seus 800/880. Depois com o último diretor não houve vontade de angariar publicidade para minimizar os custos. As pessoas que se esquecem de pagar, mandava-se um postal para quem

tinha 2 anos, a partir do momento em que entrava no segundo ano de incumprimento de pagamento, mandava-se um postal e as pessoas respondiam bem: “Olhe desculpe, estava à espera da festa”, acho que havia todo um bom entendimento, percebem e gostam. O valor também era uma coisa simbólica e eram tempos em que as pessoas viviam razoavelmente bem.

### **Quais os critérios utilizados na organização e escolha dos conteúdos do jornal?**

Total liberdade, obviamente sempre condicionada a um certo respeito pelos princípios da matriz católica. Um artigo em defesa do aborto obviamente não seria bem recebido. Isto demonstra uma liberdade total em tudo, mesmo naquelas questões fraturantes do ponto de vista teológico. Tínhamos liberdade de abordar, por exemplo, na luz havia uma pessoa que gostava muito de fazer aqueles ditos populares, havia outros que gostavam de colaborar com as receitas tradicionais desde a açorda de peixes, estou-me a lembrar... porque aquilo depois era um órgão partilhado, eu por exemplo só colaborava na parte de história, ou seja, quem tinha uma ideia mandava, tinha era sempre a rúbrica informativa da terra que era fundamental: quem é que morria, quem casava, quem nascia, no fundo era isso, depois uma breve informação das atividades camarárias ou a Câmara mandava aquilo que estava a fazer, como reparar a estrada XYZ ou então através das atas de vereação, o padre chegava lá e pedia fotocópias das atas, depois chegava a casa e fazia a síntese, ou seja, o grande grosso do trabalho era do diretor e obviamente que ele depois também sabia do ponto de vista pedagógico, comunicacional e psicológico, de atrair as pessoas e ganhar aderentes, trabalhar em equipa, criar uma equipa de voluntariado.

**Devido ao facto de ser um jornal religioso, havia alguma restrição escolha dos conteúdos?**

Era tudo liberdade, mas dependia, era dentro dos valores da igreja, enfim as pessoas muitas vezes olham: isto não me interessa não leio, ou seja, o leitor também filtra o que quer ler, na teoria da comunicação há quem diga que influencia muito, outros que não, que é neutro, aqui era o leitor que decidia o que queria ler, no fundo, as pessoas percebiam, viam os títulos e passavam à frente outros que liam porque lhe interessava a polémica ou a problemática. O único obstáculo ou travão eram artigos nitidamente frontais, com frontal no sentido de contra.

**Que meios de comunicação utilizavam para divulgar o jornal?**

Era boca a boca, sobretudo na altura dos acontecimentos comunitários, épocas festivas como o Natal e da festa, porque o jornal tinha um grande aspeto que é uma centralidade comunitária no ato religioso e aí, muitas das vezes, estavam exemplares cá fora numa mesa e as pessoas que passavam tiravam e até dizíamos: quem quiser pode pagar aqui, porque em termos médios, eu não quero mentir, mas cada unidade custava talvez um euro ou menos 70 ou 90 cêntimos.

**Nos últimos anos, notou alguma quebra de vendas/procura no jornal?**

Sim, sim, principalmente pela má direção e sobretudo pela falta de voluntariado e as outras razões que já tínhamos falado.

**O Boletim Informativo e o jornal Al'Mogron foram concorrentes diretos do jornal O Mouranense. Nesse período sentiu-se alguma quebra de vendas/procura no jornal?**

Não, não porque o Al'mogron foi circunstancial e é diferente e a probabilidade de subsistir era diminuta por dois motivos: primeiro porque

assentou num lado conjuntural, enquanto O Mouranense tinha uma instituição, portanto são coisas distintas, tem uma dimensão estrutural enquanto aquele é circunstancial e também com jovens, pronto tudo isso muito ligado à questão política. Depois quando Al'mogron começa a surgir é já numa fase em que a imprensa regional começa a sentir dificuldades, não é por acaso que aparece depois o porte pago, e não ter colaboradores, tem dois ou três autores. Com as devidas ressalvas, tiveram um percurso similar se nós dermos esse desconto de tempos diferentes, 1895 e talvez 95 ou 96 do Al'mogron, para evitar as anacronias, mas descontando isso, o percurso é similar. Lemos de um lado e do outro dinâmicas similares, depois com o desaparecimento da batalha política ou do cenário político, o jornal desaparece, e depois vem as dificuldades económicas inerentes que a imprensa...

### **O Mouranense também já tinha um público estruturado...**

Tinha 900 assinantes mais os colaboradores e sobretudo neste meio é muito mais agregador uma dimensão ideológica e religiosa que uma ideologia política num contexto finais do século 20 no meio rural.

### **Quais as principais dificuldades que encontrou quando o jornal estava ativo?**

É aquelas dificuldades normais que nós aqui falámos, ou seja, não era bem, era ao nível da falta de mão-de-obra. Diziam: “Epah, hoje não posso porque tenho de ir fazer não sei o que.” e por ser voluntariado era ainda mais difícil, depois nós também já agilizávamos aquilo quando havia acontecimentos, por exemplo, quando a igreja tinha ensaios nós aproveitávamos a seguir aquele pessoal todo, os jovens, para nos ajudarem, depois aquilo é nitidamente trabalho em série, semelhante àquela dimensão do fordismo.

### **Quais as razões do cancelamento da sua produção?**

Eu entrei porque valorizo muito a dimensão humana, ou seja, por uma questão de reconhecimento pessoal, depois também sai porque não gostei da postura a vários níveis do responsável, o último direto, portanto afastei-me antes do jornal acabar. Eu percebi que o projeto tinha mudado e que não fazia parte da minha idiosincrasia, da minha maneira de olhar para aquele projeto. Aquilo era a lei do menor esforço e até tenho aqui uma das razões da extinção daquilo: o diretor ser madraço, é verdade. Entrei em rotura nitidamente, porque isto no convívio tem de haver ética e quando não há ética e depois há respostas que as pessoas não medem, estão sujeitas a ouvir coisas que não gostam. Queria acabar com aquilo, o jornal só dava trabalho, não dava lucro.

### **Pois, não existia nenhum apoio financeiro por parte da CM, por exemplo, pois não?**

A Câmara sobretudo mandava notícias, apoio financeiro muito poucas vezes, muito raramente. Na altura do Al'mogron sim, por causa do princípio da igualdade, mas para o fim não. Havia era o porte pago, isso sim, que era do estado, eram avaliados de x em x tempo e se cumpria os critérios todos, foi uma medida muito interessante para apoiar a imprensa local. Neste caso eu acho que a principal razão foi porque o outro diretor, os anteriores entendiam isto como uma forma cultural e também digamos de pastoral, da igreja e este não, estava-se nas tintas. Nem a contabilidade estava organizada, não passava recibos.

### **SOBRE O DESIGN DO JORNAL O MOURANENSE**

#### **Quem foram os responsáveis pelo design do jornal? A equipa foi sempre a mesma?**

O modelo do jornal, digamos assim, é praticamente sempre o mesmo, regra geral, na festa dava-se maior destaque, o artigo histórico sempre

na primeira página, porque é dos mais antigos, ou então na última e depois na parte de dentro as notícias. Inicialmente a estrutura era feita no stencil, porque assim subdividido cada folha ao meio, ainda me lembro, era com uma caneta com um bico metálico, mas sem aquela fita de tinta, que era para depois picar nos furos do stencil que saia a impressão. Ainda me lembro de dar à manivela e de pormos a tinta... Depois mais tarde, mandávamos o jornal para a gráfica Eborense e lá tratavam de tudo. No fundo, quem fazia o jornal era a gráfica, faziam lá todos os jornais ligados à Igreja, chamadas fábricas paroquiais que é a denominação jurídico-canónica, portanto faziam de Mourão, faziam de Reguengos, faziam de Elvas, o de Évora, etc., e são todos muito semelhantes. Quando tínhamos ideias ou eles, falávamos. Ainda me lembro, Joaquim Melo, que é de Elvas, tinha acabado de lançar um jornal, que curiosamente depois Elvas também vai ter uma rádio, no tempo das rádios claro. São estruturas da Igreja, não é bem, são estruturas ligadas a uma instituição exatamente, que já existem, ou seja, em que se mantêm, obviamente com alterações, claro que o papel do líder é significativo, mas tem uma estrutura que ajuda sobretudo no ponto de divulgação.

### **Acha que o design é um elemento importante na produção de um jornal?**

Fundamentalíssimo. Hoje a parte visual é muito importante... se o texto fosse todo corrido era menos atrativo, ainda assim, a ideia foi sempre o texto “dividido”, nós discutimos isso com o diretor e mais uma outra pessoa, precisamente porque todos achamos que assim, e não houve ninguém que dissesse o contrário, era mais atrativo, quer dizer a pessoa lê mais facilmente. A noção da estética, da atratividade esteve subjacente, podiam os métodos serem mais ou menos corretos, conseguiu-se ou não os objetivos, mas está subjacente essa ideia de que o elemento estético é fundamental.

**Acha que esse elemento estético também era um fator dominante para as pessoas comprarem o jornal?**

Não, a notícia era o fundamental, porque toda a gente queria saber, nós tínhamos curiosidade quem se casou ou quem morreu, ou seja, é a notícia que atrai e toca as pessoas, é esta parte informativa. Se calhar por isso é que o Al'mogron não subsistiu tanto, mas isso é uma opinião. Depois criámos um critério de distribuição dos artigos com aquela noção de que a primeira página é a mais importante, como o artigo de história e coisas ligadas à festa, cá está, um poema ligado à Nossa Senhora. Também permanecia sempre este logotipo, este cabeçalho, se é que se pode dizer assim, que foi melhorando, esta parte da capa foi feito pelo Francisco Capelas que era desenhador, cá está da fábrica, um ótimo desenhador. Isto é a imagem da frente da Igreja Matriz.

**Sim, teve imensas alterações desde a primeira edição.**

Mas sempre com o mesmo tipo de imagem.

**Por exemplo, o jornal teve a cor azul na maioria das páginas durante muitos anos.**

Sim, devido ao brasão de Mourão, tanto que no Alentejo as paredes são azuis. Tem muito a ver com dimensão bairrista ou localista, como quiseses chamar.

**Alguma vez foi realizada uma reestruturação/redesign do jornal?**

Foi quando passou para a gráfica, a qualidade do papel e das cores, quando eramos nós por vezes havia aqueles erros, íamos com o verniz das unhas das senhoras corrigir, tapar.

**Quais são os métodos e onde é realizada a sua impressão?  
(Respondida anteriormente)**

### SOBRE A CRIAÇÃO DE UM NOVO JORNAL

**Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

Eu acho que é fácil responder, no fundo tem a ver com uma identidade regional, digamos assim, com uma matriz digamos circunstancial ou circunscrita no espaço. O nacional, obviamente, que a problemática é total, embora a nível nacional mesmo assim é complicado, isto é uma coisa que tu não sabes, não tem nada a ver, mas também tem, nós temos jornais que são de tiragem nacional ou de comercialização nacional, mas para mim não são nacionais e outros são jornais de Lisboa ou Porto que pegam nas notícias portuguesas publicadas pela Agência Lusa. Eu em Mourão ainda fiz um ou dois artigos do Diário Popular.

**Sim, penso que esse é o jornal mais antigo de Portugal.**

Não, penso que o mais antigo é o Comercio do Porto de 1872, dezembro, n.º 0, salvo erro, e depois o Diário (Popular). Hoje com os grupos empresariais, nós vemos as notícias do jornal Correio da Manhã as mesmas da televisão, depois o Expresso também tem por detrás a SIC, penso que também o Expresso com a rádio Renascença, por exemplo. Sabes ainda fui colega do Henrique Monteiro, foi diretor do Expresso e que agora faz parte da SIC, vai falar com regularidade à radio Renascença, para se perceber esta ligação e com o universo empresarial. Agora com o problema das redes sociais, mas isso é outra problemática.

**Atualmente, acha que Mourão necessita de um jornal?**

Eu não sei se lhe chamaria jornal, obviamente que eu percebo e concordo com a pergunta, mas acho que Mourão precisava de um elo comunicacional com as pessoas, com ligação à terra, obviamente que em termos práticos o jornal é o mais exequível, ou boletim informativo, chama-lhe o que quiseres, existem muitos nomes, mas sim sobretudo para manter este elo, este vínculo de ligação, porque eu vejo que nós filhos dos que lá viveram ainda temos alguma ligação, mas quando vês, por exemplo, os filhos desses filhos, ou seja, os netos, claro que isto é geral e abstrato, nada é igual, o mundo é plural, têm maior dificuldade, os netos dos migrantes, nem perdem o contato com o espaço de origem dos seus avós e ainda não se integraram no espaço onde estão, não é por acaso que em termos de inserção são os que têm mais problemas, porque ainda não se inseriram completamente e acho que o jornal poderia manter por mais algum tempo esta chama, esta ligação do que é ser mouranense ou desta realidade, por isso eu digo, talvez a existência de um jornal sim, agora o problema é que não há condições económicas, porque os destinatários, o mercado é diminuto. A Câmara é que podia fazer isso, obviamente pagando com o dinheiro dos nossos impostos e teria de ter um líder à frente capaz de manter uma linha de muita autonomia, de não facciosismo.

**Se existisse um novo jornal, gostaria de fazer parte dele? E o que faria de diferente?**

Não.

**Acha que a criação de um novo jornal poderá possibilitar a dinamização das ações do concelho, a informação das notícias e possibilitar o aprofundamento e riqueza da história e cultura de Mourão?**

Sim, é o que temos aqui falado.

**De que forma o jornal permitiria aproximar a população residente e migrante e, paralelamente, atrair mais turistas?**

Não digo atrair, mas indiretamente atraia. Depois esse jornal é complementado pelas redes sociais de hoje em dia.

**Que benefícios observa na criação de um novo jornal? E que limitações?**

Penso que as limitações sejam os mesmo que na altura d'O Mouranense, problemas financeiros, os custos de produção, a falta de pessoas para colaborar, tinha de ser alguém que fizesse aquilo a título de voluntariado, pro bono.

Consentimento assinado de Mario Garcia.

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

.....  
.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

**Dr. Mario Garcia**

.....  
Nome do Entrevistado

  
.....  
Assinatura do Entrevistado

.....  
3/05/2022

.....  
Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.



.....  
Assinatura do Investigador

.....  
24 / 05 / 2022

.....  
Data

## APÊNDICE D

### ENTREVISTA A MARIO GARCIA

**Interviewee's name:** Mario Garcia

**Current profession:** Mario Garcia is CEO, Garcia Media and Senior Adviser for News Design/Adjunct Professor, Columbia University, School of Journalism, New York, USA

**Newspapers you read:** The New York Times, The Washington Post, El Pais (Madrid), El Mundo (Madrid), The Economist, The Wall Street Journal

**Type of interview:** E-mail

**Interview time:** Undefined

**Interview day:** 03.05.2022

**Email:** mario@garciamedia.com

**In your professional career, what was your first contact with the press, specifically with newspapers, and your path in this area until today?**

I began my career at The Miami News, in Miami, Florida as a reporter 1967-69.

**What is your opinion regarding editorial design in portuguese national newspapers? And international?**

The national newspapers of Portugal appear to be modern and contemporary, like P. I had the experience to redesign Diário de Notícias many years ago, and also Diario de Notícias of Madeira. Good experiences. International newspapers vary in the quality and styles of design. Spain has some of the best designed newspapers, including the classic El País, but also many regional newspapers. In Scandinavia we find elegant newspaper design, and I have been involved there with Dagens Nyheter (Sweden), Aftenposten (Norway), Goteborgs Posten (Sweden). The design is clean, attractive and contemporary. Germany has the elegant Die Zeit, also Handelsblatt, Suddeutsche Zeitung and the Sunday Frankfurter Allegemeine. Brazilian newspapers tend to

be interesting in their design: Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, Zero Hora, all good and I have worked with them. The newspaper design revolution of the 1980s had many newspapers introduce color, change its typography and display more magazine style layout. That continues to be the norm across the world today.

**Do you think there is evolution/creativity in newspaper design or do they follow mostly the same language?**

The evolution now is the migration of digital ideas to print. We see that in newspapers globally, but especially The New York Times, The Guardian, sometimes El Pais (Madrid) and The Washington Post. During the 1990s many newspapers redesign themselves and there was a tendency for newspapers to look the same. The arrival of USA Today in the 80s brought many copy cats to the use of color and weather maps. Modular designed prevailed during that period. Today not much is happening with newspaper design in terms of originality. Some newspapers are transitioning to fewer days of publication, and some give their weekend edition design more attention.

**Do you think design is an important element in the production of a newspaper?**

Yes, of course, design, if effective and functional, helps to package the content to make it easier to find, easier to read. Very important detail. Visual journalism helps people understand stories.

**What is the importance of editorial design on the front page/cover of a newspaper and its relationship with the reader?**

It is how you attract the reader and how to sell the stories inside. Good headlines and visual help to do this.

**In the creative process of editorial design of a newspaper, is the reading experience in terms of navigating through the page and handling of the newspaper taken into account?**

Good designers follow the rules that we know of how the eye moves, and the reader habits. Yes.

**How can the period lived and the contents of a newspaper influence its design?**

Yes, many elements affect design, including the trends, taste of people and the technology available.

**There are studies and statistical data from printed publications, such as newspapers, that the volume of sales is decreasing and, consequently, its production in recent years. Why do you think print newspapers are losing readers?**

Printed newspapers are not the protagonist anymore. People have access to content via digital platforms. People read on phones, iPads, computers. Less time, more information available without needing to read a newspaper.

**Due to the evolution of digital media and the popularity of social networks, do you consider that these are a complement, a necessity or a threat to printed newspapers?**

It is a multiplatform world and 82% of readers get their information via mobile devices. That represents a threat to printed newspapers. People are informed without reading in print.

**Do you consider that this evolution was also a reason that led to the discrediting of the press?**

Discrediting of the press has nothing to do with evolution of digital media, it is more related to political currents and how people approach journalism and journalists. Also people tend to read newspapers that have content they agree with, and they consider other opinions fake news. This has created an environment when people doubt the work and veracity of journalists. But I don't think that everyone agrees that the press is discredited. But these are turbulent times for journalism, which is why I remind my students at Columbia that they must be truthful and check facts three times or more in their stories.

**What will be the future of printed newspapers? Will they cease to exist or will they reinvent themselves?**

The brands will continue to exist. I think many newspapers will not print daily, but maybe they will have a weekend print newspaper that allows readers to relax and to disconnect from mobile devices.

**For you, what is the difference between a regional newspaper and a national newspaper?**

Regional newspapers are local, and they cover the area of circulation thoroughly. They emphasize people news, and they are the paper where most citizens could see their name. National newspapers are more general, usually carry more content, supplements, etc.

**What difficulties and challenges do you think exist in the creative process of a regional newspaper? Do you think that territory, culture and traditions can influence your design?**

Not different from designing a national newspaper. Design is all about placement of content, includes knowledge of optics and how the eyes

move, the importance of visuals, graphics, so there is no difference, really. Design is design. Optics are optics, whether you are reading a church newsletter, a restaurant menu, a magazine or newspaper. Main challenge for all: how to attract younger readers and how to retain their attention. It is universal, but in some areas of the world you still have more devoted print readers as in Latin America, India, parts of Asia.

**How can editorial design contribute to local dynamism and union with the migrant community? Can a regional newspaper be a means of creating a sense of belonging and influencing its relationship with the resident population, migrant population and visitors (tourists)?**

If the regional newspaper does not exist, the important local news are not covered, I think that long after some national newspapers lose their status, the regional newspapers will always survive.

Nome do entrevistado: Jorge Silva

Consentimento assinado de Jorge Silva.

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

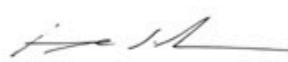
.....  
.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

JORGE MANUEL ESTEVES DA SILVA

.....



Nome do Entrevistado

20 / 06 / 2022

Assinatura do Entrevistado

Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.



30 / 06 / 2022

Assinatura do Investigador

Data

## APÊNDICE E

### ENTREVISTA A JORGE SILVA

**Profissão atual:** Designer gráfico no atelier Silva Designers

**Jornais que lê:** Observador (digital), Público, Expresso

**Tipo de entrevista:** Zoom

**Tempo de entrevista:** 45 min

**Data da entrevista:** 16.05.2022

**E-mail:** silva@silvadesigners.com/ jorge.silva@silvadesigners.com

**No seu percurso profissional, qual o seu primeiro contacto com a imprensa, principalmente com os jornais, e o seu percurso nesta área até aos dias de hoje?**

Eu trabalhei 25 anos num jornal chamado Combate, que era um jornal político partidário de extrema-esquerda de um partido que deu origem ao Bloco de Esquerda. Entretanto ao longo destes 25 anos, de 1978 até 2003, eu trabalhei em outros jornais. Digamos que esse jornal serviu de cartão de visita para trabalhos em ambiente profissional/remunerado como aconteceu mais tarde em 2000... deixa-me cá ver... em 90, exatamente com o Independente. Trabalhei 10 anos no jornal Independente, que é um semanário de que era diretor o Paulo Portas, entre outros. Ao longo de todo esse período fui fazendo também outras publicações periódicas, geralmente revistas ou newsletters empresariais. Saí do Independente para fazer dois suplementos do jornal Público, o Mil Folhas e o Ípsilon, fiz os projetos e trabalhei como Diretor de Arte lá durante 2 anos, fui despedido em 2002. Não cheguei a sair do jornal porque fui integrado na revista Domingo que se chamava na altura Pública, onde trabalhei mais de 2 anos. Nessa altura já tinha o atelier Silva Designers desde 2001 e basicamente o trabalho mais substancial do atelier nos primeiros anos foi de projetos, design e paginação, por vezes até produção de conteúdos de revistas periódicas. Houve várias, bastantes até, algumas delas foram-se perdendo com o tempo, extinguiram-se. Fizemos uma revista para a companhia de seguros Fidelidade, chamada Companhias, fizemos uma revista para o Clube Criativo chamada Alice. Na realidade eu abri o atelier em 2001

para fazer especificamente uma revista chamada LX Metrópole, que era a revista do Parque Expo, demorou 2 anos. Nessa altura estava a fazer a revista Ler também. Em 2004, creio, ganhei o primeiro de dois concursos com o design e produção da Agenda Cultural de Lisboa que depois deixámos em 2006. Entretanto eu voltei em 2010 como Diretor de Arte, onde ainda me mantenho nessas funções, embora a revista não seja feita no atelier, é feita na Câmara, mas sou Diretor de Arte da Agenda de Lisboa. Entretanto em 2006, começámos a fazer uma revista que pode ser interessante para esta conversa, que é a Adufe, que é uma agenda/revista cultural de Idanha-a-Nova, concelho no interior do país. Neste momento há duas revistas autárquicas que nós fazemos, a Adufe e a Agenda de Lisboa, entretanto houve outras pelo caminho, nomeadamente uma agenda para Guimarães, capital da cultura, e também uma revista para Vila Real de Santo António. A isso juntamos várias outras revistas que vamos fazendo geralmente com uma regularidade bastante dilatada, tipo semestral ou anual, como acontece com a revista Património, que é uma revista oficial, do Estado sobre o património, sobretudo construído nas áreas da arquitetura, urbanismo, museologia, e já fizemos um jornal de Serralves também, durante muitos anos aliás. Já fizemos uma newsletter e uma revista da Ordem dos Arquitetos, portanto há um portfólio interessante, bastante extenso de publicações periódicas aqui no atelier que estão ligadas a esta minha relação desde os anos 70 com jornais. Em matéria da área do territorial, digamos design ou do marketing territorial, portanto dos periódicos para entidades relacionadas com áreas geográficas, de facto o que fazemos atualmente são essas duas Lisboa e de Idanha-a-Nova.

### **Qual a sua opinião em relação ao design editorial nos jornais nacionais?**

São umas perguntas com respostas muito compridas. Houve uma altura, durante os anos 90 e na primeira década deste século, que eu era um espectador atento e fiel de muitas publicações, até porque também concorria em concursos nacionais e internacionais de design de jor-

nais, suplementos de jornal e de revistas e, portanto, tinha na ponta da língua referências que eram bastante importantes. Continuamos a comprar revistas sobretudo quando temos novos projetos como acontece com a revista que estamos agora a fazer que se chama Pórtico, para uma imobiliária de luxo. A opinião que eu tenho é de que mesmo com todas as crises à volta dos upgrades tecnológicos e sobretudo com o upgrade do digital, as revistas em papel, também há revistas digitais obviamente, mas as revistas e os pródigos em papel ainda continuam a ser muito importantes e renovam-se com muita qualidade sempre. Há sempre belas revistas para comprar, há sempre bons jornais para ver. O caso dos nacionais, nós temos um nível de confeção de facto bastante apurado, isso significa também que Portugal ganha facilmente prémios de design, ilustração, infografia, relacionada com jornais com alguma regularidade, mesmo em salões no estrangeiro. Por razões quase afetivas eu gosto do Público, mas considero que no geral as nossas revistas e jornais sejam bem desenhados, podem não ser muito inventivos ou muito criativos, mas do ponto de vista gráfico são interessantes. Até o Correio da Manhã é um jornal interessante.

**Considera que há evolução/criatividade no design de jornais ou seguem, na sua grande maioria, a mesma linguagem gráfica?**

Não, não têm, é natural que não tenham. Não há muitas surpresas, atualmente quando falamos da crise da imprensa, como ela está já há muitos anos, jornais como por exemplo o I, foram de facto uma pedrada no charco, ainda mantém um bocadinho parte daquela frescura inicial, não são muito surpreendentes os nossos jornais, mas são muito bem confeccionados. Jornais como o Expresso ou Público são bastante bem feitos e quando aparecem novos geralmente são bonitos também.

### **Tem algum exemplo de um jornal surpreendente nos últimos anos?**

Não, não tenho notado nada de extraordinário, mas estamos a falar daqui de um determinado degrau, que é o degrau dos jornais generalistas, portanto apesar de tudo se formos para revistas nós encontramos fenómenos mais interessantes, como é o caso da Egoísta, que apesar de ter um design discutível até pela sua longevidade, continua a ser uma revista muito interessante. Geralmente na área da cultura é fácil encontrar, às vezes são até revistas de nicho.

### **De que forma o design editorial é essencial à produção de um jornal?**

O design editorial é uma disciplina digamos que tem em conta as relações com o texto e com os protagonistas ou os atores que estão relacionados com a produção de conteúdos, não só texto, mas também visuais, como a fotografia, ilustração, infografia, etc., portanto o design podemos considerá-lo como uma disciplina agregadora que trabalha, que potencia e que gere esses recursos e às vezes até condiciona. O design é uma parte fundamental, não tanto pelo grafismo, não tanto pelo ar fresco que pode estar relacionado com a tipografia e com o layout, mas sobretudo com a empatia que é capaz de criar com o texto que muitas vezes também se torna desafiador para quem escreve, para os editores, para os jornalistas, para os cronistas. Eu vejo sempre o design como um elemento influente, mas do ponto de vista direto do trabalho e da relação, não é apenas uma questão de vazio ou conceptual, “Eu acho que o design é bom, é importante.”, claro que é importante, mas pode ser perfeitamente dominado pelas outras disciplinas e, portanto, eu defendo um design atuante e até tendencialmente prevalecente e mais importante do que o próprio conteúdo.

**Sim, o próprio design adapta-se um pouco também ao tipo de conteúdo e ao tema do próprio jornal ou da revista em si...**

Sim, mas isso é uma coisa dos livros, é o que se aprende na escola, eu faço a coisa um bocadinho mais interessante, que é condicionar até mesmo essas outras coisas, é isso que as pessoas esperam de mim quando me contratam ou convidam para algum projeto nessa área.

**Qual a importância do design editorial na primeira página/capa de um jornal?**

Num jornal diário tu não podes inventar muito se não estás tramada, o jornal não chega à gráfica a tempo para depois se conseguir mandar para o Porto ou outro sítio qualquer, quanto maior for a cadência na saída desse periódico mais rotinas devem ser criadas, não quer dizer que não haja fugas à rotina e não haja surpresas e geralmente elas também estão contempladas em livros de estilo. Um jornal diário tem um livro de estilo relativamente rígido para disciplinar não só redação, mas também no design para não estarmos a inventar. Há normas que são estudadas previamente e que são mais pesadas num jornal diário, ainda são relativamente pesadas num jornal semanal, são mais leves num jornal mensal e depois se tivermos um jornal ou uma revista que sai uma vez por ano quase podemos mudar o grafismo em todos os números. Nos jornais há páginas mais criativas, nomeadamente as capas e elas acontecem quando há grandes acontecimentos ou quando morre alguém muito importante é frequente num jornal diário como o Público, se morre a Amália Rodrigues ou o Eusébio haver uma fotografia integral na capa dessa criatura, ora essas capas são raras e têm de ser raras, porque estes jornais estão condicionados a dar muita informação todos os dias, mas também porque essa raridade aumenta o valor de quando acontece. Se fossemos criativos todos os dias, a certa altura já nada se distinguia, nada como uma certa monotonia e rotina para depois quando há uma variação as pessoas, ficam muito agradadas ou surpreendidas. As primeiras páginas em primeiro lugar cumprem a

filosofia editorial e visual do jornal, em segundo lugar têm variações relativamente óbvias, mas fazendo parte da família, e depois volta e meia são capazes de brilhar por alguma surpresa, sobretudo tirando partido da escala e da redução de notícias, ou seja, é mais fácil fazer uma capa espetacular quando o assunto é único, é apenas um, e esse assunto pode ser uma guerra que começa, pode ser um número assustador que entretanto aparece, pode ser uma personagem malvada que aparece ou uma personagem simpática querida que desaparece.

**Existem estudos e dados estatísticos de publicações impressas, tais como os jornais, de que o volume de vendas está a diminuir e, conseqüentemente, a sua produção nos últimos anos. Por que razão acha que os jornais impressos estão a perder leitores?**

Basicamente porque nós somos um país de ignorantes e de iletrados e que saltaram com grande alegria do universo em papel para o universo digital com as novas gerações, perdendo-se aquilo que era uma tradição que era muito razoável e simpática sobretudo nos anos 50 a 70 do século passado, ou seja, eu lembro-me do meu pai chegar a casa todos os dias à tarde com um Vespertino ou seja, um jornal da tarde. Havia jornais da manhã e havia jornais da tarde, os jornais da manhã eram grandes, os jornais da tarde eram tablóides, eram mais pequenos, e havia vários havia três ou quatro de manhã e três ou quatro à tarde, e hoje o que é que nós temos? Três ou quatro no dia todo, portanto há uma quebra muito grande nos hábitos de leitura, dessa relação com o papel e depois, naturalmente, no mercado fraco, curto, nós temos uns problemáticos dez milhões de pessoas que não dão para grande coisa e, portanto, é sempre difícil afirmar projetos de qualidade. Nos últimos anos a exceção tem mesmo sido o Observador, mas o resto anda tudo a “ganir”, tirando talvez o Correio da Manhã e do Expresso, mas a maior parte dos jornais, sobretudo os diários, é uma desgraça completa, com grandes prejuízos e que levam obviamente a cortar custos, a cortar artistas, a cortar os jornalistas, fotografia, ilustração, etc., ou seja, coisas que poderiam enriquecer o jornal. Costuma-se dizer que

os jornais tiveram dificuldade em se adaptar aos novos tempos e, portanto, a culpa também é deles, eu por acaso não sinto muito isso. É verdade que os jornalistas não são no geral pessoas particularmente inteligentes a pensar ou criar tendências ou lançarem nossos produtos de comunicação, no entanto, todo esforço que foi feito ao longo dos anos de atualização e de melhoria dos jornais do ponto de vista editorial foi sempre protagonizado pelos jornalistas, grandes jornalistas. A média concorre um pouco para uma certa uniformidade, que acentua em alguns casos com as relações que os jornais têm com grupos económicos ou com dificuldades de sobrevivência que os obrigam a viver uma situação de compromisso e não arriscar. Temos um mercado muito pequeno, razoavelmente iletrado e que fez um corte, apesar dos nossos rancios simpáticos sobre literacia digital e acesso à Internet, mas se nós olharmos para os livros ou para os jornais vemos que há um défice, é um défice de sempre, que se acentuou nos últimos anos por esta quebra de confiança e de relação com o papel impresso, ou seja, as pessoas hoje não precisam do papel impresso como se precisava nos anos 50 ou 60 e de facto os jornais têm que concorrer com outros meios mais eficazes e muito mais rápidos de acesso a notícias. Os próprios jornais também investem na informação digital, ela não é rentável, provavelmente ainda é mais problemática do que o papel, mas tem que lá estar, os números nunca são muito interessantes, temos de facto falta de massa crítica em matéria de leitores. Para mim esse é o problema principal, o segundo problema pode ter a ver com alguma dificuldade ou lentidão em média dos protagonistas na área dos jornais de acompanharem o seu tempo, de serem capazes de renovar conceitos. É uma profissão pelo facto de estar relacionada com as notícias, com a verdade, com a crítica de costumes e com a crítica da classe política, etc., também tem alguma dificuldade em se orientar a si própria, de se governar.

**Devido à evolução dos meios de comunicação digitais e da popularidade das redes sociais, considera que estes são um complemento, uma necessidade ou uma ameaça aos jornais impressos?**

Ameaça nunca são, é assim, nós cada vez estamos mais informatizados, cada vez estamos mais capazes, cada vez mais aptos a consumir recursos de comunicação, portanto eles multiplicam-se e complementam, não se substituem. A ideia de que a televisão matou a rádio, ou que matou o cinema, ou que tudo isso matou os jornais, é uma ideia pouco fundamental, é muito superficial. Na realidade o que nós estamos a fazer é a estar cada vez mais atentos a múltiplas plataformas de comunicação, mas é verdade que jornais em papel sofreram dramaticamente com o aparecimento de outras formas de comunicação, sobretudo a Internet. A partir do momento que os jornais entram em crise, a publicidade foge deles e a partir do momento que a publicidade foge, eles deixam de ter dinheiro para se sustentarem ou para terem recursos de qualidade, sobretudo humanos.

**Considera que esta evolução também foi um motivo que levou à descredibilização da imprensa?**

**Relacionando também com as fake news e a facilidade de qualquer pessoa conseguir publicar todo o tipo de informações...**

Cria uma saturação, mas também cria uma necessidade, dependendo de estratos culturais e sociais, potencia a necessidade de nós acreditarmos em alguma coisa com rigor e, portanto, isso faz-nos voltar aos jornais e aos profissionais dos jornais, mas uma boa parte da nossa iliteracia contemporânea sobretudo em classes mais desfavorecidas, não é só uma questão financeira, mas também cultural que os torna muito mais permeáveis às redes sociais e a uma espécie de informação mais manipulada, menos rigorosa e menos conforme com os cânones habituais. Eu julgo que isso não mata, ou seja, o facto de andarmos a coscuvilhar nas redes sociais ou até sermos atores nessa história, não nos faz deixar de comprar jornais.

### **Qual vai ser o futuro dos jornais impressos? Vão deixar de existir ou reinventar-se-ão?**

Não sei, eu nunca me preocupei muito com isso, mas depois eu vou percebendo ao longo dos tempos que mesmo os cromos que são pagos e que estudam para fazer futurologia nunca acertam em nada. Francamente não faço ideia, sei que há também uma espécie de rasto, uma memória cultural sobre o livro, sobre os jornais em papel, sobre as revistas, que mesmo em situações adversas, em que as coisas não são um bom negócio, eles continuam a existir e continuam a aparecer, portanto nunca dá para dizer que já vimos tudo, há sempre alguma novidade. A verdade é que nós vamos envelhecendo e vamos ter cada vez mais dificuldade de nos ligarmos com as coisas novas e essa dificuldade vai ser crescente, há uma altura em que já não entendemos aquilo e não queremos entender. Eu acredito no futuro da imprensa a papel, a questão da produção é de fato complicada e é suja, não consegue competir facilmente com a velocidade a que nós hoje andamos a viver e a trabalhar, ou seja, esperar pelo dia seguinte para saber qualquer coisa já não faz muito sentido. A primeira coisa, Maria João, que o Observador Digital fez quando firmou a sua marca como um jornal digital foram revistas em papel, e eu sei muito bem porque elas foram feitas aqui no atelier durante estes anos até há poucos meses, nós fizemos todas as revistas em papel do jornal Observador, e é engraçado, a primeira coisa de que eles se lembraram antes de fazerem podcast, antes fazerem canais, foi voltarem ao papel também porque a maior parte das pessoas que lá trabalham vieram do papel, e também queriam firmar um produto em papel com características diferentes, ou seja, experimentar em papel a receita que tinham, a novidade que tinham no digital, e, portanto, há sempre alguém com algum dinheiro, com talento e com vontade de experimentar de fazer alguma coisa com o papel.

### **Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

Onde é que eu tive há alguns dias? Acho que foi em Ílhavo onde eu vi um jornal regional diário cuja manchete da primeira página era uma empregada doméstica que roubou umas centenas de euros aos patrões, estavam escondidos numa gaveta, era a manchete principal daquele jornal. A mim escandalizou-me a falta de assunto, é um escândalo para um tipo que está aqui no olho do furacão, no meio da confusão de Lisboa onde ninguém se atreveria a escrever aquilo, ainda por cima na primeira página, nem mesmo o Correio da Manhã, a não ser que a senhora tivesse assassinado a patroa. Aquilo levou-me a pensar que aquilo era tão fora, estive quase para comprar o jornal, um jornal magricela, mas era diário, e eu a ver aquilo, se fosse assim um roubo de milhares de euros, mas não, eram umas centenas. Então o que é que isto quer dizer? Que na imprensa regional e autárquica existe um défice de qualidade de comunicação e por outro lado as prioridades também estão arrançadas de modo a satisfazer aquela comunidade, ou seja, se ligar a televisão ou a Internet consigo ter notícias de todo o mundo, mas o meu jornal é do meu bairro, da minha terra.

### **É mais familiar.**

Esse familiar geralmente é estúpido, quer dizer, é uma coisa doméstica que obviamente também não ajuda muitas as pessoas, é tudo paroquial, as mentalidades também. Naturalmente que a imprensa regional tem os mesmos problemas da imprensa nacional, mas a uma escala diferente.

**Que dificuldades e desafios considera que existem no processo criativo de um jornal regional? Considera que o território, a cultura e as tradições conseguem influenciar o seu design?**

Eu já vi muitas vezes que os jornais regionais têm uma espécie de atraso crónico, aquilo tem uns grafismos e umas fontes tipográficas que já vimos há 15 anos, os truques que nós fazemos aqui pelas capitais Porto, Lisboa, etc., e o que vemos no estrangeiro passam por lá, mas com uns anos, às vezes olhamos para entrelinhas e para tipos de letra que a gente dizia: “Eu Não era capaz”. Há uma espécie de atraso civilizacional nesses jornais a todo o nível, desde o jornalismo até ao design. Embora há um jornal de Leiria, que eu não me lembro exatamente do nome, que já ganhou prémios internacionais, ou seja, um jornal desses tem a ambição de fazer um projeto mais cosmopolita e vai buscar um designer mais credenciado, mais talentoso para fazer um projeto que crie uma rutura, essas ruturas também são importantes para empurrar o resto do jornal, o design pode ajudar a fazer um upgrade editorial também.

**Como pode o design editorial contribuir para a dinamização local e união com a comunidade migrante? Um jornal regional consegue ser um meio de criação do sentido de pertença e influenciar a sua relação com a população residente, população migrante e para os visitantes (turistas)?**

Olha uma coisa, eu espero que tenhas mais entrevistados nesta área, porque eu não sou especialista. A verdade é que é difícil dizer, por exemplo, nós temos algum regresso de elites culturais nas grandes cidades para o campo, quando eu digo para o campo é interior. Neste país temos um litoral bastante mais desenvolvido e temos um no interior digamos mais desfavorecido, com menos condições, com menos dinheiro, com menos tudo. Eu faço uma revista para Idanha-a-Nova e gosto de a fazer, faço como se fizesse para Lisboa ou para outro sítio qualquer, mas obviamente estou de olho nas especificidades

desse território e ao aplicar o meu know how, obviamente que estou a fazer um upgrade naquela comunicação que por enquanto é apreciado, mas também os meus interlocutores são uma elite, eu sei que eles gostam da revista no geral, mas não sei se ela é uma ferramenta muito eficaz ou muito interessante de comunicação e passagem de informação, isso eu não sei, eu diria que sim, é positivo. Que há um retorno ao interior muitas vezes de profissionais qualificados nestas áreas e ajudam, também o facto de por exemplo, o ensino do design se ter tornado mais massivo, inclusive até em universidades e escolas do interior ajuda também a fixar alguma qualidade, algum know how em áreas mais desfavorecidas, ou seja, não é obrigatório ir a Lisboa buscar designers para fazer alguma coisa em Castelo Branco, mas há uma diferença muito grande. Agora em relação à receptividade, acredito que haja alguma, mas acredito que também tenha os mesmos problemas de Lisboa do Porto, lê-se pouco. Sobretudo, na imprensa regional tenho outra impressão, que pode não passar disso, que há muita assinatura, há um costume, que é barato, é um consumo relativamente barato, mas provavelmente não se traduz numa relação direta e interativa com esse meio de comunicação, ou seja, as pessoas recebem aquilo e fica ali, às vezes nem o abrem. No entanto há sempre uma curiosidade remanescente em relação àquilo que se passa na nossa Terra, no nosso bairro. Sempre que vou a algum sítio e passo os olhos pela imprensa regional fico desapontado com o lado paroquial, doméstico da informação e com um grafismo geralmente pelintras, pobres, requentados, mas que não são muito maus até porque as impressões hoje em dia são bastante aceitáveis, mas também é preciso ver que os jornais diários do Porto e de Lisboa há meio século atrás eram impressos de forma desgraçada e eram os melhores jornais. Eu não tenho assim uma grande opinião, mas acredito que ela tem importância, sobretudo por essa perspectiva de pertença, de comunidade, ou seja, este jornal é estúpido, mas é o meu jornal.

Consentimento assinado de Marco Grieco.

**CONSENTIMENTO INFORMADO**

INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

"O meu papel de investigador na investigação de como os sujeitos da pesquisa se sentem em relação ao trabalho em tempo integral"

"Meu papel para a vida do trabalho"

"Meu papel para a vida do trabalho"

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**

Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**

Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**

.....

.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**

Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

MARCO GRIECO

.....

Nome do Entrevistado

18 / 5 / 22

.....

Assinatura do Entrevistado

Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**

No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

.....

Assinatura do Investigador

18 / 05 / 2022

Data

## APÊNDICE F

### ENTREVISTA A MARCO GRIECO

**Nome do entrevistado:** Marco Grieco

**Profissão atual:** Diretor de Arte do Jornal Expresso

**Jornais que lê:** Expresso, Público (Digital), Observador (Digital), The Atlantic, The New York Times, entre outros.

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo de entrevista:** 45 min

**Data da entrevista:** 18.05.2022

**E-mail:** MGrieco@expresso.impresa.pt

**No seu percurso profissional, qual o seu primeiro contacto com a imprensa, principalmente com os jornais, e o seu percurso nesta área até aos dias de hoje?**

Portanto eu sou formado em Desenho Industrial pela Universidade do Rio de Janeiro, pela Escola Superior de Desenho Industrial. Comecei a trabalhar em jornais em 97, vai fazer agora 25 anos. Trabalhei cerca de 3 anos e meio no jornal O Dia, que é um diário publicado no Rio de Janeiro e quando fui convidado logo a seguir foi lançado um caderno desportivo, também era diário, eu participei no projeto e fiquei muito ligado a essa área, inclusive quando saí de lá era o coordenador dessa área. Depois fui convidado através de uma casualidade, foi uma feliz coincidência, um estúdio de Barcelona foi fazer o projeto gráfico do jornal, fez um redesign do jornal todo, entretanto a parte desportiva do jornal era muito recente e a administração/direção do jornal não queria fazer grandes alterações, então eu fui responsável por adaptar, fazer um híbrido, um Frankenstein, entre o que vinha de Barcelona e o que nós já tínhamos e acabei por ficar muito amigo desse estúdio de Barcelona, que ainda hoje faz jornais. Meses depois foi fazer um projeto no Porto no Jornal de Notícias e um amigo meu que também fez esse projeto, foi convidado para participar, esteve dois meses em Barcelona, ele queria levar alguém e me perguntou se estava interessado, por ter família portuguesa e por gostar muito do norte de Portugal, aceitei essa empreitada e fiquei, depois passei a diretor adjunto, depois passei a diretor de arte, porque esse meu amigo desligou

daquilo, já não queria mais e foi fazer outras coisas na vida. Nesse processo conheci outros estúdios de design, outros designers, fui a vários congressos, conheci o Javier Errea que tem o Erreacomunicacion em Pamplona, que depois estava a fazer o projeto do Expresso, ou seja, são várias conexões, as coisas estavam mais ou menos ligadas, e em 2006 ele perguntou se estava interessado eventualmente de fazer uma entrevista cá, porque estavam a precisar de um Diretor de Arte. Nessa altura achei que era interessante mudar novamente, fui convidado para vir para cá e desde 2006 estou no Expresso. Não havia um LinkedIn na altura, mas era como se fosse.

### **Qual a sua opinião em relação ao design editorial nos jornais nacionais? E internacionais?**

É engraçado hoje Portugal teve um certo boom e uma evolução muito rápida num período muito curto. Nessa altura que vim para Portugal em 2000, de 2000 a 2008/2010, Portugal teve vários projetos gráficos, muitos deles ligados a essas empresas espanholas, quase todos, o aparecimento do I e a renovação do Público, com a participação do Mark Porter que fez o redesenho do Público, ou seja, houve um boom em Portugal e quase que ficou um bocadinho ali no centro das atenções de quem gosta de jornais e de publicações impressas. Eu lembro-me de sair de um Congresso uma vez, acho que na Dinamarca, e me pediram para levar o I, porque era uma coisa completamente fora, uma coisa diferente, de momento já não é. O Expresso também teve aquela modificação, foi uma revolução cá no Expresso, eu acho que nessa altura Portugal realmente estava a surfar o topo da onda do design editorial. Neste momento, eu não sei dizer se há algum sítio no mundo que tenha essa sorte, essa conjuntura toda. Eu gosto muito de jornais nórdicos, acho muito limpos e muito criativos, por exemplo, o jornal Politiken, cujo Diretor de Arte eu sou amigo, eu acho que o jornal é incrível, que é um exemplo para os jornais. Há outros jornais alemães que gosto muito, o Die Wert, há jornais holandeses que também são engraçados e que costumam ganhar regularmente prémios nessa

área, mas eu vejo cá em Portugal como obviamente fora de Portugal algum desinvestimento nessa área, é natural, há corte de custos e tudo isso. Eu participo regularmente como jurado em vários concursos e eu noto que muitas vezes há cada vez menos publicações a participarem, porque a direção ou administração acha que aquilo não vale a pena, mas acho sinceramente que o I foi uma pedrada no charco em Portugal. Eu gostava muito do projeto do Público e que o DN noutras alturas também tinha um bom projeto gráfico, acho que o projeto do Expresso é um excelente projeto com bases muito sólidas e já temos dezasseis anos com poucas alterações no corpo principal e na Economia. Eu tive há dois anos com o Javier em Buenos Aires, convidou-me para ser jurado num concurso e nesse concurso o Expresso foi premiado como um dos mais bem desenhados.

### **Na altura acompanhou o processo de criação gráfica do Expresso?**

Sim, eu entrei a meio, ou seja, eu entrei no barco e o barco já ia a meio. Fui algumas vezes a Pamplona e discutimos algumas coisas, fizemos algumas alterações, participei numa coisa que já estava encaminhada, ou seja, o formato já estava pensado, já tinham decidido qual era a fonte, como se diz em brasileiro: apanhei o bonde andando, mas sim participei e inclusive o Javier me disse que é o projeto dele com maior longevidade, digamos assim, e de uma forma consistente. Eu sei que ele tem muito orgulho do projeto, eu também tenho muito orgulho de ter participado e ter entrado nessa altura e há pilares muito fortes no projeto do Expresso. Internacionais, eu gostava muito de alguns jornais americanos que agora também já não estão tão fortes, o Guardian também é uma referência para a Europa, é basicamente isso.

### **Considera que há evolução/criatividade no design de jornais ou seguem, na sua grande maioria, a mesma linguagem gráfica?**

É como digo, acho que atualmente pela velocidade que precisamos de fazer tudo, porque depois não é só papel, estamos ligados também ao

digital nas imensas versões. De tudo que o digital tem, eu acho que se perdeu um bocadinho essa parte mais criativa de, por exemplo, teres uma semana para pensar numa capa, de desenvolver um tema com mais tempo, agora acontece pedir ilustrações de um dia para o outro, ou seja, tudo perde qualidade por causa da velocidade, mas acho que ainda acontecem bons exemplos, se calhar cá em Portugal menos, mas, por exemplo, o Politiken e outros desses ainda conseguem ter resultados muito criativos mesmo com muita rapidez.

### **De que forma o design editorial é essencial à produção de um jornal?**

Eu acho que o design não pode ser só decoração, sempre defendi que deveria ser mais que isso, devia fazer parte de informar, um jornal precisa informar e dar a conhecer às pessoas temas, reportagens e opinião. Acho que o design editorial tem a função e tem a obrigação de ajudar em tudo isso, ajudar na navegação do jornal, ajudar a criar uma hierarquia dentro das páginas e, por sua vez, dentro das secções. Eu sei que às vezes não é possível porque de uma hora para a outra algo pode mudar, ou entra publicidade ou os temas mudam, e olhas para o jornal e não tem uma linha que devia ser uma linha mais ou menos de interesse, com coisas maiores, aberturas depois aquilo vai baixando de nível, depois tem outra abertura, ou seja, criar ritmos de leitura. Eu percebo que nem sempre é fácil de criar numa coisa que é produzida cada vez com mais velocidade, com muita exigência e com muita dinâmica, não é como paginar um livro ou não é como fazer um cartaz, é muito diferente. Eu conheço muita gente que é muito boa em design para fazer outro tipo de coisas como cartazes, logotipo, mas não consegue se encaixar ou ter essa dinâmica, ter esse jogo de cintura para fazer um jornal, para fazer uma revista, e também é preciso criatividade. Acho que é fundamental para ter um bom jornal, uma boa publicação, primeiro é ter uma grelha e uma base de trabalho muito bem construídas, por exemplo, no caso do Expresso no caderno de economia há duas bases que são uma grelha de cinco colunas e uma de seis colunas, nas entrelinhas são sempre iguais, depois é preciso ter uma

fonte, ou seja, uma tipografia muito forte, muito característica, a do Expresso foi construída especificamente para o Expresso, o nome é mesmo Expresso, foi feita pelo Mário Feliciano. Depois a parte visual tem de ser muito bem trabalhada, ter boas fotografias, no caso do Expresso, ter boas ilustrações, eu acho que é o jornal em Portugal que investe mais em ilustração, mas eu não acho, tenho a certeza, e boa infografia, ou seja, uma vez mais todos os elementos ajudam ou complementam a notícia. Mas eu acho que ter uma boa grelha e ter uma boa uma boa tipografia para trabalhar é o fundamental.

### **Qual a importância do design editorial na primeira página/capa de um jornal e a sua relação com o leitor?**

A capa é uma guerra antiga aqui, eu acho que as capas/as primeiras páginas deviam ter menos chamadas e serem mais... não é criativa, mas diferenciarem-se mais de edição para edição. Eu estou cá há 16 anos já passei por quatro ou cinco diretores, cada um tem uma linha de pensamento, alguns querem menos chamadas ou chamadas com mais texto, que é como o Doutor Balsemão defende. Agora estamos numa fase que querem muitas chamadas, isso é uma das coisas que mais diferencia do que é fazer um diário do que é fazer um semanário. Antes de vir para o Expresso, só tinha trabalhado em diários. A vantagem do diário é que se você comete um erro gráfico imenso, ele só vai durar 24 horas, como por exemplo, se a foto estiver mal colocada, mal recortada, se estiver alguma aberração, dura 24 horas. Também se fizer uma coisa incrível também só dura 24 horas. Se faz uma página incrível daquelas que ganham prémios, no dia seguinte já ninguém lembra, porque já têm outra página. No Expresso ela dura uma semana, essa é a principal diferença, não é apenas a longevidade, mas é o impacto também. O Expresso, um jornal de referência, é uma coisa um bocadinho institucional, por vezes é um pouco difícil, principalmente nas primeiras páginas, fazer algo muito diferente. Eu acho sinceramente que devia haver mais dinâmica, mais mudança e arriscar mais nas capas, mas o resto dos meus colegas e a direção principalmente, defen-

de uma linha de continuidade e não de rutura. Talvez a relação com o leitor também pudesse ser potenciada através das métricas do próprio site do Expresso. Ou seja, a partir dos dados auditados online poderiam ser feitas algumas das escolhas (não todas) dos tópicos que mais pudessem interessar aos leitores.

**Uma pergunta um pouco à parte, visto que o Expresso vem sempre naquele “kit”, até que ponto é que o saco não condiciona a capa?**

É verdade, também é uma brincadeira que nós temos, é uma private joke de quem trabalha no Expresso que é a capa não tem diferença, coloca-se no saco e ninguém vê a capa. Mas já há em alguns pontos de venda que colocam o jornal Expresso com a capa expostas, o que não era normal antigamente porque o Expresso de certa forma era quase um estatuto, então a pessoa que saía com o saco do ponto de venda. A ideia hoje mesmo que venha num saco, está exposto em alguns locais, é ter as pequenas chamadas, porque se não se interessa pela manchete pode se interessar pela foto ou por um tema. Eu preferia que fosse uma coisa mais arriscada, mais assumida e quase pretensiosa de ser uma escolha nossa os quatro/cinco temas principais a “rasgar” na primeira página.

**E até que ponto é que não seria interessante colocar de alguma forma os conteúdos ou esse arriscar no saco?**

A questão do saco é um pouco diferente porque está relacionada com as receitas de publicidade, ou seja, só em alturas de aniversário do Expresso é que temos ali um gap, deixamos de receber e que mau ou bem, a publicidade ainda conta muito mesmo.

### **No processo criativo de design editorial de um jornal, tem-se em consideração o percurso de leitura e o manuseamento do jornal?**

Sim, é fundamental que se considere sempre o ritmo de leitura, dentro das páginas, dentro das secções e dentro da edição do jornal como um todo. Regra geral, segundo reconhecidos testes de eye tracking e outras ferramentas, a leitura costuma ser da esquerda para a direita e de cima para baixo – no Ocidente, claro está.

### **De que modo a época em que se encontra e os conteúdos de um jornal conseguem influenciar o seu design?**

Eu acho que para quem é designer qualquer coisa do dia a dia influencia um bocadinho. Eu costumo muitas vezes ter referências que não têm nada a ver, eu gosto muito de música, ou seja, vou buscar à música referências para fazer uma página, gosto de desporto, penso em qualquer coisa que esteja mais ligado ao desporto para depois conseguir resultados, não necessariamente na mesma área, mas em áreas completamente distintas. Por exemplo, nós aqui é muito raro encomendarmos uma ilustração e dizer ao ilustrador o que é que ele tem que fazer, eu acho que todos devem participar com a sua criatividade e com o seu talento, eu mando o texto para a pessoa e peço duas ou três ideias, eu não quero dizer: “Olha agora eu quero um boneco aqui com um bracinho no alto e com não sei”, acho que isso condiciona muito o resultado, a criatividade e a identidade e, por vezes, há ilustradores que ficam incomodados, mas também acontece de alguns quererem que aquilo vá mais definido. Com o tempo, já são 16 anos aqui, já percebo um bocadinho como é que lidar com cada um. Mas sim eu acho que a época influencia também, por exemplo, agora na guerra, até em termos de tonalidade de cores, nas cabeças, nas fontes, é uma coisa mais cinzenta e mais pesada, com um tema mais festivo como, por exemplo, quando o Porto foi campeão, fizemos umas ilustrações dos dragões a voar, era uma coisa mais animada. O tema e o tempo também influenciam.

### **Tentando sempre seguir as normas do livro de estilo?**

Sim, temos uma norma em termos de paleta de cores muito restrita, tentamos não fugir disso. Os elementos de cor do Expresso também não são muitos, depois é as fotografias. Mas é verdade, durante a pandemia, nós utilizámos quase sempre um azulinho que é uma coisa ligada à saúde, uma guerra um cinzento, confesso que estou um bocado cansado da guerra então cada vez que faço a parte da guerra parece que faço sempre as mesmas coisas, o design não muda, as fotos são todas parecidas, é destruição e é gente sofrer, mas não dá para fugir, não dá para fazer coisas animadas com os tempos pouco animados e os últimos três/quatro anos não têm sido nada animados.

### **Existem estudos e dados estatísticos de publicações impressas, tais como os jornais, de que o volume de vendas está a diminuir e, conseqüentemente, a sua produção nos últimos anos. Por que razão acha que os jornais impressos estão a perder leitores?**

Eu acho que a principal diferença é esse aparelho (telemóvel) que é uma espécie de Big Brother... Eu conto sempre a história de quando fui à Grécia há uns anos e roubaram-me a carteira, a primeira coisa que eu disse: “Ainda bem que roubaram a carteira e não roubaram o telemóvel.”, porque está tudo aqui. Eu a pensar se me tivessem roubado o telefone eu não conseguia ligar aos bancos para cancelar os cartões, não conseguia avisar os seguros, não conseguia nem como comunicar com alguém, é verdade que há 20 anos isso não existia ou a maioria das pessoas não tinha, atualmente isto condiciona tudo, até mais que os computadores. Atualmente com a facilidade que temos de receber notícias e notificações, tudo por aqui, e as gerações mais novas, por exemplo, o meu filho não lê jornais, tudo o que ele vê de notícias vai buscar online, ou seja, o Instagram e o Facebook. Eu acho que esse é o principal motivo, é uma questão geracional, acredito que a maioria das pessoas que ainda lê o Expresso é por causa da família que continua a comprar, uma coisa de família, quase de rotina familiar. De

uns anos para cá, o Expresso conseguiu que o número de assinaturas digitais compensasse essa queda das vendas em papel. Eu ainda prefiro por um lado ter a sensação do papel, o cheiro do papel, manusear o objeto, só não faço mais vezes por uma questão de tempo, e eu acho que é por isso, acho que o telemóvel veio fazer com que as pessoas se desacostumassem daquele objeto que depois vai para o lixo.

**Devido à evolução dos meios de comunicação digitais e da popularidade das redes sociais, considera que estes são um complemento, uma necessidade ou uma ameaça aos jornais impressos?**

Eu acho que os jornais impressos principalmente os semanários, os diários talvez não tenham essa sorte, mas o Expresso acho que vai acabar por se tornar uma coisa premium, já é um pouco, uma coisa quase de nicho e as publicações de nicho acho que vão ter mais probabilidades de sobrevivência ao fim ou ao decréscimo imparável das publicações em papel. Os diários provavelmente terão os dias contados, eu já não percebo como é que alguns diários ainda são publicados, por exemplo, o DN tudo bem, é o jornal mais antigo do continente, mas aquilo é insustentável e impossível de manter uma redação a vender com o que o DN vende e com a pouquíssima publicidade que tem. O I não consigo perceber como é que existe, porque um jornal que vende 2500/3000 exemplares por dia é insustentável e como o Doutor Balsemão defende e bem, parte da independência de um jornal tem a ver com a sua sustentabilidade económica, se o jornal não dá lucro, não dá dinheiro, ele pode estar completamente suscetível a ser controlado por quem quer que seja.

**Sim e os diários com a questão do online em que todas as notícias que são publicadas no impresso já foram publicadas online, a sua sobrevivência fica ainda mais dificultada.**

Sim, eu acho que é isso. Muitos jornais canibalizam o papel, por exemplo, Correio da Manhã caiu imenso de vendas porque criou a CMTV e se calhar ganham muito mais dinheiro com a publicidade, mas mata de certa forma o papel, porque quem consome o papel vai ver na televisão e vai ver de graça.

**Considera que esta evolução também foi um motivo que levou à descredibilização da imprensa?**

**Relacionando também com as fake news e a facilidade de qualquer pessoa conseguir publicar todo o tipo de informações...**

Sim, um pouco, pelo digital é mais fácil, é diferente de teres uma notícia impressa do que uma notícia digital porque o digital pode estar sempre a modificar, fazer alterações, correções e uma coisa quando está impressa... nota-se muito aqui, principalmente por questões mais ligadas à política, quando publicas uma coisa no Expresso, no papel, tem um impacto maior do que se tem com a mesma notícia no site, ou seja, reações dos políticos, reações das empresas ou reações de pessoas que se sentem prejudicadas ou difamadas por uma determinada notícia, no digital quase que não ligam, basta estar impresso é como se fosse uma prova, quase que vira um documento. Eu nunca parei para pensar nisso, mas se calhar...

**Pois, se calhar acreditam que o impresso seja mais fidedigno, porque tem um objeto físico, o conteúdo fica fixo como uma prova.**

Pois, se calhar tens razão, nunca parei para pensar nisso, mas é verdade, se calhar as fake news são mais fáceis de reproduzir num ambiente em que haja menos filtros e menos controlo e tudo isso é o meio o meio digital.

### **Qual vai ser o futuro dos jornais impressos? Vão deixar de existir ou reinventar-se-ão?**

Eu acho que os jornais de nicho, os jornais com a periodicidade mais alargada, como o Expresso e algumas revistas, acho que não vão morrer, acho que vão ter de se transformar. Uma coisa que eu senti muita diferença quando vim de um diário, quando vim do JN para cá, era o ritmo que as coisas eram feitas, no semanário no ano 2006 parecia que era tudo muito lento, movia-se muito devagar, era uma estrutura muito pesada, o Expresso. Depois com um crescimento da parte digital isto deixou de acontecer, ou seja, o Expresso é uma espécie de diário online que depois tem repercussão numa publicação semanal em papel, portanto essa aceleração do trabalho por um lado tornou o papel uma publicação melhor e mais atual, mas por outro lado também tira um bocado de conteúdo do papel. Não vamos esperar uma semana para publicar, temos o digital. Uma coisa acaba por mudar outra. O Expresso é um jornal que tem muita opinião, que tem muita análise, que tem uma coisa mais profunda e eu acho que nesse sentido o papel ainda faz sentido, passo a redundância. Para notícias diárias e para breaking news o papel tem a tendência a desaparecer.

### **Pois, como é que fazem esse equilíbrio entre que conteúdos colocar no digital e no impresso?**

Pois o Público já faz uma coisa que eu acho que é péssima, que é tudo o que está no papel vai para o digital. De certa forma também conseguiram bastantes assinantes assim, no começo ofereciam tudo e agora não, agora criaram um esquema de assinaturas que funciona bastante bem. Depois do Expresso, é o jornal que tem mais assinaturas digitais. Agora ter o mesmo conteúdo, tanto no digital como no papel, oferecendo de um lado e cobrando do outro, não faz sentido. Às vezes o Expresso também sofre um pouquinho, o leitor do Expresso também está acostumado a ler coisas lá de fora, tipo o New York Time, Financial Times, essas coisas, e às vezes quando tens muitas assinaturas nem te

dás conta, é um bocado como as plataformas de streaming, tem HBO, tem Disney, Netflix, não consegues ver tudo, e nisso o Expresso pode sofrer por ter um público de certa forma mais refinado.

### **Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

É engraçado eu já desenhei alguns jornais regionais, agora já não faço há algum tempo, mas eu participei do redesenho do Diário de Coimbra, Diário de Leiria, Diário de Aveiro, um jornal que havia no litoral sul, eu gostava muito, foi mais quando estava no JN, havia sempre uma certa... não era liberdade, mas muitos deles estavam mais abertos a ousar graficamente como em temas que os jornais nacionais ou mais institucionalizadas e eu gostava de fazer por isso, é óbvio que nesses jornais tens que ter uma zona do jornal que traz os grandes temas nacionais, seja do orçamento, tudo isso, mas a vantagem é que estás muito mais próxima das pessoas. Eu lembro que nos congressos do European Newspaper Awards muitos jornais iam lá apresentar projetos locais de muito sucesso, era uma coisa quase comunitária, o jornal são as pessoas e são uma forma de ajudar as pessoas, é essa ação comunitária que eu acho o mais interessante dos jornais. Eu não sei se em Portugal, ainda há cidades grandes e que não são centrais em Portugal, mas se for em cidades muito pequenas se calhar não tem sustentabilidade para um jornal, mas é das coisas mais interessantes é o jornal servir a comunidade e que depois retribui ao consumi-lo. Nesses jornais, como digo, podes ousar um pouco, claro que depois existem condicionantes, uns é a fotografia, que nem sempre são boas, a falta de recursos, seja humano como conteúdo, mas não acho que seja por isso que não há bons jornais.

**Que dificuldades e desafios considera que existem no processo criativo de um jornal regional? Considera que o território, a cultura e as tradições conseguem influenciar o seu design?**

Os desafios de um jornal regional ou local, regra geral, têm que ver com a falta de recursos. Por isso, é fundamental que estejam concentrados em entregar aos seus leitores algo que seja relevante a nível local ou regional. Acredito que para os fiéis utilizadores da imprensa local, o que buscam nestas publicações tem mais a ver com o que se passa no seu “microcosmo”, já que o “macro” já é escalpelizado pelas televisões e por outros meios de comunicação de alcance nacional (ou internacional).

**Como pode o design editorial contribuir para a dinamização local e união com a comunidade migrante? Um jornal regional consegue ser um meio de criação do sentido de pertença e influenciar a sua relação com a população residente, população migrante e para os visitantes (turistas)?**

Eu acho que é isso de certa forma, lembro quando JN cobria muito bem a zona do Minho e de outras regiões e que se foi desvanecendo por uma questão económica, as pessoas não se reviam, ou seja, as pessoas dessas terras se calhar não se revêm no jornal nacional. Nos jornais regionais essa proximidade é fundamental e depois no sentido de que elas têm um apoio, como se aquilo fosse a Deco para eles, se tem um problema, um buraco na rua, o jornal deveria essa preocupação com as pessoas. Para os migrantes se calhar tem de ser mais digital, um jornal desses chegando até à mão deles...

**Pois, os custos da produção e depois dos envios é logo o dinheiro todo do jornal, mas depois se for só digital também as pessoas mais idosas ou que não têm conhecimento não têm acesso.**

Também é verdade. Por exemplo quando ainda vivia no Brasil o meu avô, que era português, recebia muitos jornais daqui e depois eram jornais que já tinham uma semana/15 dias. Mas é verdade essa gestão não é fácil. Há um bom exemplo de um jornal europeu que é voltado para uma comunidade portuguesa, que é muito bem feito, que é o Contacto, é do Luxemburgo, é muito bem feito e já ganhou alguns prémios, mas já é uma coisa feita lá, totalmente de emigrantes, uma curiosidade, o Jorge Araújo que era editor da revista do Expresso, saiu daqui, disse que ia se formar e foi contratado para ser diretor do Contacto. Eu acho que a imprensa em geral vai ter de ser reformulada, não só no papel, mas também na televisão, sempre achei os telejornais aqui em Portugal muito chatos, acho que o telejornal funciona melhor nos formatos mais americanos que é uma coisa mais dinâmica, aqui tens um telejornal que dura uma hora e meia, é muito tempo e repetem muitas vezes a mesma coisa.

Consentimento assinado de Sónia Matos.

**CONSENTIMENTO INFORMADO**

Este formulário contém informações importantes para a participação na entrevista.

O participante deve ler e compreender o conteúdo deste formulário antes de assinar.

Nome do Entrevistado: \_\_\_\_\_

**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**  
Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**  
Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**  
.....  
.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**  
Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

Nome do Entrevistado

*Sónia Matos*      *06/05/2022*  
Assinatura do Entrevistado      Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**  
No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

*[Assinatura]*      *06/05/2022*  
Assinatura do Investigador      Data

## APÊNDICE G

### ENTREVISTA A SÓNIA MATOS

**Nome do entrevistado:** Sónia Matos

**Profissão atual:** Diretora de Arte do Jornal Público

**Jornais que lê:** Público, Expresso, Jornal de Leiria, Financial Times (Edição Fim de Semana – Papel), The New York Times (Assinatura Digital), The Guardian (Digital), Mediam, ...

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo de entrevista:** 65 min

**Data da entrevista:** 24.08.2022

**E-mail:** Sonia.M.Matos@publico.pt

**No seu percurso profissional, qual o seu primeiro contacto com a imprensa, principalmente com os jornais, e o seu percurso nesta área até aos dias de hoje?**

O meu primeiro contato foi o Jornal de Leiria onde eu comecei a trabalhar com 19 anos, ou seja, faço trinta anos de carreira este ano. Foi uma casualidade. Uma amiga do liceu, que trabalhava no jornal e não conseguiu conciliar as duas coisas, perguntou-me se eu estaria interessada em ficar com o lugar. Fiquei entusiasmada com a ideia e disse que sim. Ia tratar da montagem. Tudo manual, nada de computadores. Havia duas paginadoras que faziam o jornal e a minha função era fazer a montagem das páginas. Ou seja, eu colava as páginas A4, duas folhas faziam uma página, numa grelha própria e ia montado os planos do jornal. Depois tudo isto seria fotografado, transformado em película até estar em chapa para entrar na máquina de impressão. E foi assim que comecei, num part-time, no jornal regional da cidade, ao mesmo tempo que estudava na área de arte e design. Como não entrei logo para a universidade passei a trabalhar a tempo inteiro. Sendo o Jornal de Leiria um semanário, o trabalho concentrava-se durante dois ou três dias por isso passei também a desenvolver outros trabalhos gráficos para a empresa proprietária do jornal, Movicortes. Fazia anúncios, material para estacionário da empresa, etc... Tudo muito manual, com muitas fotocópias e colagens. Na altura era tudo era

absolutamente diferente. Depois comecei a trabalhar um bocadinho em computadores, fui evoluindo, até que voltei novamente a tentar entrar para a universidade. Comecei a sentir uma grande necessidade de continuar a estudar. Eu tinha algum know how, mas fazia as coisas muito por instinto. E trabalhar só por instinto não chega. É preciso saber fundamentar e explicar aquilo que estamos a fazer. Então vim estudar para Lisboa, para o IADE, mas já com a preocupação de arranjar um trabalho para manter alguma independência económica. Tive a sorte de um dos meus professores trabalhar no Diário de Notícias. Perguntei se a minha experiência no Jornal de Leiria me poderia ajudar a arranjar algum trabalho na área. Passado poucos meses apareceu uma oportunidade e fui trabalhar para o DN onde comecei por paginar revistas e suplementos. Fiz todo o meu curso a trabalhar. Foi muito intenso, mas a parte boa é que estava focadíssima e tirei o máximo partido dos dois mundos – a parte teórica na escola e a prática no jornal. Depois do Diário de Notícias e no último ano do curso, sou convidada para ir para o semanário O Independente. Aqui tive um percurso mais completo porque comecei como designer, depois fui editora e por fim, diretora de arte. Sete anos depois, em 2006, sou convidada para diretora de arte do Público, com um propósito muito específico que foi liderar o processo de redesenho total do jornal.

### **No Diário de Notícias qual é que era a sua função?**

Na altura nem designer era porque não tinha formação, eu fui para lá como gráfica-maquetista. Fiz muitas revistas, suplementos... Depois tive a sorte de acompanhar o redesenho desenvolvido pelos espanhóis Innovation, em 1998. Foram eles que fizeram o DNA, um suplemento que ganhou imensos prémios da SND (Society for Newspaper Design). Nessa altura foi a primeira vez que trabalhei com uma grelha como deve ser. Era tudo ao milímetro, com muito rigor. Foi uma aprendizagem maravilhosa. Quando fui para o O Independente as coisas eram diferentes. Ou seja, saio de um jornal muito estruturado, com uma hierarquia muito marcada para um jornal mais “livre”, com menos

“regras”. Foi também no O Independente que comecei a trabalhar com o Jorge Silva. Sempre tive a sorte e o privilégio de trabalhar com pessoas absolutamente maravilhosas. Mestres maravilhosos, que me ensinaram muita coisa que ainda hoje aplico. A maneira de estruturar o pensamento, abrir outros horizontes, ir à procura de soluções... Metodologias que parecem básicas como desenhar sempre em papel, ler e perceber antes de paginar um tema... Fui muito bem-ensinada e isso é espetacular. Tento sempre ensinar também, ou seja, gosto de retribuir aquilo que eu tive a sorte de ter. Tudo isto me permitiu chegar ao Público e trabalhar com alguém como o Mark Porter, um designer de renome mundial, e com o Simon Esterson, também uma referência no design editorial. Foi uma oportunidade imensa trabalhar com pessoas extraordinárias num projecto tão importante como o redesenho de um jornal como o Público.

#### **Estes anos que estive no Público fez outros projetos extra?**

Sim. Redesenhei o Jornal de Leiria e, de certa forma, foi um retornar à casa. E, mais recentemente, o Setubalense. E outros projectos como revistas e suplementos pontuais que saem com o Público.

#### **Qual a sua opinião em relação ao design editorial nos jornais nacionais? E internacionais?**

Já sobram poucos, o papel está condenado, o que é uma pena porque é um suporte pelo qual eu tenho uma grande estima. Provavelmente é uma coisa geracional, não sei... Apesar de tudo acredito que vai haver um momento em que a vossa geração vai entender o papel como um suporte de referência, uma experiência que valoriza o chamado “tempo de qualidade”... Eu gosto de ler o Financial Times ao fim de semana, não o compro diariamente porque não teria tempo para o ler. Diariamente acompanho a actualidade no telemóvel e no computador, mas ao fim de semana cumpro um ritual que adoro.... Vou comprar o jornal, venho para casa, faço o pequeno-almoço e sento-me

a ler e a apreciar um jornal de qualidade. Para mim estar ao fim de semana agarrada ao telemóvel para ler um texto longo não é uma coisa que me dê prazer.

**Exatamente, é cansativo.**

E desagradável. Este suporte de leitura (telemóvel), para mim, está muito associado ao trabalho. Também gosto muito do Financial Times porque é bem desenhado, bem pensado. É um excelente jornal de fim de semana, muito completo. Por cá temos o Expresso que eu também compro e gosto de ler. Gostava que a revista fosse um bocadinho mais moderna... Agora redesenharam o site, provavelmente a revista ou o jornal também estão na calha. O The Guardian redesenhou recentemente os suplementos de fim de semana. Um trabalho muito bem feito. Apetece ler e folhear. Portugal teve aquele jornal fantástico foi o I, digo que foi, porque hoje já não é o I. Um objeto de design muito interessante. Eu quase que arriscaria a dizer que foi um jornal que apareceu antes do seu tempo. Provavelmente se ele tivesse aparecido dois, talvez três anos mais tarde teria tido um impacto diferente.... Hoje em dia fala-se muito de jornalismo visual e eles eram muito bons nisso. Há tantos jornais lá fora que são tão bem desenhados. O Politiken, o de Volkskrant, o Het Parool ou o DAagens Nyheter... Alguns deles até com a tipografia Publico que, depois galgou o mundo, e é muito usada em jornais internacionais. Aquilo que eu sinto é que os jornais em papel, na sua forma que diária, estão em contagem decrescente. É uma questão de perceber quanto tempo é que falta, quem é que vai sobreviver... Não é só uma questão de hábitos de consumo é também uma questão ecológica. Em Portugal não produzimos revistas nem jornais suficientes para estarmos dentro daquele grupo que consegue comprar grandes quantidades. Aliás Portugal já compra papel em parceria com Espanha para fazer volume e para ter quota. No Reino Unido, por exemplo, não é tão grave porque têm produção de papel própria. E o suporte em papel ainda é valorizado por lá...

**Considera que há evolução/criatividade no design de jornais ou seguem, na sua grande maioria, a mesma linguagem gráfica?**

Não, eu acho que há de tudo, há ainda quem consiga inovar. Depois também tem a ver com as próprias redações. Aquilo que alimenta bom design é bom jornalismo. Temos de ter boas fotos, boas histórias, bons títulos. Se for um jornal com meios onde se pode fazer bons trabalhos e com um público que gosta de ler e contribuir para que esse jornal seja sustentável, acontecem coisas maravilhosas. Se for um jornal sem meios é tudo mais difícil porque as pessoas estão sempre a trabalhar para a sobrevivência. É difícil fazer muito com pouco. Cada jornal tem a sua identidade e faz as suas escolhas/apostas. O El País, na versão diária em papel, é graficamente muito básico, mas tem suplementos absolutamente incríveis, com um grande investimento no design. E por vezes nem tem a ver com o facto de ser um jornal grande ou pequeno. São opções e/ou apostas que se fazem. O Setubalense é um bom exemplo disso. Uma redação mínima, mas com uma vontade gigante de evoluir. Quando me perguntaram se poderia fazer o redeseenho do jornal disseram-me: “Nós somos pequenos, mas queremos ser tão bons como os grandes.” Esta fase é maravilhosa. Fiquei logo rendida, achei absolutamente extraordinário a vontade deles, o empenho. O trabalho foi muito completo e até nas instalações houve intervenção para todos abraçarem a nova identidade.

**Às vezes falta é a vontade.**

Exatamente.

**De que forma o design editorial é essencial à produção de um jornal?**

Uma coisa é intrínseca à outra. Não há bom design sem bom jornalismo e vice-versa. E como disse anteriormente o design “apenas” dá corpo e forma ao jornalismo. Seja na sua forma escrita ou visual, como fotografia ou infografia.

### **Qual a importância do design editorial na primeira página/capa de um jornal e a sua relação com o leitor?**

É importantíssimo. É a montra do jornal. É quando acontece o primeiro impacto. Sempre houve pessoas que compravam o jornal impresso para guardar uma capa, porque era diferente ou porque marcava um momento extraordinário. Na época do covid, em que eu trabalhei as primeiras páginas de uma forma completamente diferente, apesar de as pessoas comprarem muito menos o jornal na versão papel porque estava tudo fechado, o facto é que muitas daquelas primeiras páginas ganharam vida no digital e foram muito partilhadas. Ou seja, uma primeira página não precisa de ser impressa para ser vista ou partilhada. E isto é algo que me faz pensar: se deixar de haver jornais diários e deixar de haver primeiras páginas como é que vamos guardar a memória desses eventos...

### **Isso é como as fotos, como os livros, como tudo...**

Os livros apesar de tudo existem, mas sim, as nossas fotos, quem é que tem um álbum em papel? Eu no outro dia fiquei sem um disco rígido e foi uma dor. Portanto o suporte em papel, aquela coisa de guardarmos o jornal daquele dia especial, aquela primeira página que nos marcou, isso um dia vai acabar... esta geração, a vossa, do meu filho, será que vão sentir a falta? Sentir saudades do conceito da primeira página? Desse objeto com o qual eles quase que não lidam? O Javier Errea escreveu uma frase que eu acho maravilhosa - "Um país sem primeiras-páginas é como um homem sem passado". A ideia de deixar de haver jornais diários impressos, deixar de haver esse de suporte... No telemóvel não há primeiras páginas. No site são momentos. Num minuto está um tema, mas no minuto a seguir está outra coisa qualquer. Nada perdura... então, fazer o quê? Tira-se uma fotografia de ecrã? Aquilo não é uma primeira página, aquilo é um título... Acredito que no meio destas mudanças todas vai haver um momento em que as pessoas percebem que esta dependência do digital, a maneira como nós o vivemos

e a maneira como o usamos deixa uma série de coisas para trás. Dá-nos imenso, mas também há muito que se vai perdendo pelo caminho.

**No processo criativo de design editorial de um jornal, tem-se em consideração o percurso de leitura e o manuseamento do jornal?**

Sim, os ritmos, a maneira como nós queremos transmitir a informação. Isso é absolutamente essencial no jornal. Se não tenho em conta o ritmo, não tenho em conta as hierarquias, não tenho em conta a maneira como quero contar a história ao longo das várias secções e páginas do jornal.

**De que modo a época em que se encontra e os conteúdos de um jornal conseguem influenciar o seu design?**

Tantas maneiras... desde a falta de recursos, a predominância do digital, a maneira como se relaciona o próprio digital com o papel. Ser digital não é só escrever para o site, onde não há limite de espaço, como no papel, e “cabem” milhares de caracteres (que depois ninguém lê...). Não tem nada a ver com isso. É preciso perceber a plataforma e saber como tirar o melhor partido dela. E ainda saber trabalhar as redes sociais que exigem maneiras muito diferentes de apresentar o conteúdo. O Instagram, por exemplo, teve uma evolução brutal. Basta olharmos para o Instagram de alguns jornais onde ao princípio só existiam fotografias, as melhores fotografias, e hoje em dia predominam as histórias contadas por pontos, de fácil leitura e consumo rápido.

**Existem estudos e dados estatísticos de publicações impressas, tais como os jornais, de que o volume de vendas está a diminuir e, conseqüentemente, a sua produção nos últimos anos. Por que razão acha que os jornais impressos estão a perder leitores? (Abordado anteriormente)**

Infelizmente tudo acontece a uma velocidade supersónica, ou seja, parece que o leitor não tem tempo para ler, para refletir. Quando se coloca uma ferramenta num site que permite ouvir as notícias em vez de ler, aquilo que se está a fazer é, cada vez mais, a eliminar leitores. As pessoas leem cada vez menos.... E os jornais impressos acabam por estar ligados a um ritual que de facto exige tempo, concentração...

**Devido à evolução dos meios de comunicação digitais e da popularidade das redes sociais, considera que estes são um complemento, uma necessidade ou uma ameaça aos jornais impressos?**

Acima de tudo eu acho que é questão geracional. A maneira como as novas gerações consomem informação é completamente diferente. Google, Youtube, está tudo lá...

Eu não acredito que o papel vá acabar de vez, acho que aquilo que vai perdurar é a qualidade, e isso é válido para o jornalismo ou para outra coisa qualquer, as pessoas não se importam de pagar por qualidade.

**Eu também acho que isso tem a ver um bocadinho com a própria idade das pessoas, com a maturidade e a própria cultura da pessoa ajuda muito a ver essa qualidade e a perceber que vale a pena pagar.**

Sim, também. Nós agora estamos num momento em que já se paga no digital. Spotify, Netflix, HBO, Disney, tudo isso se paga. Quando os jornais chegaram ao digital a ideia que havia era que o que estava na internet era grátis. Só que a maneira como as pessoas interagem com estas plataformas é: hoje tenho Netflix porque quero ver uma série daqui a dois meses mudo para a HBO. O mundo dos jornais não lida bem com esse entra e sai, porque tem de haver alguma capacidade de retenção e sustentabilidade. Este entra e sai não se coaduna com a necessidade de estabilidade que permite construir uma redação robusta como as dos gigantes New York Times ou El País.

**Considera que esta evolução também foi um motivo que levou à descredibilização da imprensa? Relacionando também com as fake news e a facilidade de qualquer pessoa conseguir publicar todo o tipo de informações...**

No meio digital tornou-se tudo tão sofisticado, que é cada vez mais difícil perceber o que são fake news. Mas, para mim, o ponto continua a ser só um. As pessoas não gostam de ler, não têm prazer de ler um livro. Os pais não têm tempo para ler um livro aos filhos, de lhes introduzir o gosto da leitura. É preciso ter tempo e é preciso ter disponibilidade para isso. Portanto eu acho que há espaço para as fake news porque as pessoas não se dão ao trabalho de se informarem... As fake news são aquilo que fizemos delas, se nós questionarmos, se pusermos em causa, se formos à procura de diferentes fontes não é tão fácil sermos enganados.

**Qual vai ser o futuro dos jornais impressos? Vão deixar de existir ou reinventar-se-ão?**

Eu acho que se vão reinventar na medida em que vão ser objetos de “estima”, vão ser objetos bem feitos, com valor. Acredito que o jornalismo de referência vai existir sempre no suporte em papel (jornais ou revistas). Para pessoas que gostam de ler, que apreciam o jornalismo na forma que apenas o papel lhes pode dar. Páginas bem desenhadas, com boas fotografias e ilustrações; textos paginados com uma hierarquia clara; opinião e análise que valem a pena sublinhar e guardar... Noutro sentido, temos o exemplo d’O Correio da Manhã, que ainda é dos jornais mais vendidos, que fez uma transição natural para outro suporte, a televisão. Tiveram uma quebra de vendas no papel, mas dominam no cabo. Continuam a saber estar muito presentes – dantes era o jornal que estava na mesa do café agora é o canal que está sintonizado na televisão do mesmo café. As pessoas fizeram uma transição, a marca existe e está fortíssima, fizeram uma transição de suporte.

**Também se calhar perderam pessoas a comprar o papel porque pus-eram-lhe exatamente mesmo conteúdo tanto no jornal como canal.**

Eu acho que não há marca nenhuma em Portugal que conheça tão bem os seus leitores como o Correio da Manhã. Eles sabem como agradar aos seus leitores. O jornal é fácil de consumir: os textos são curtos, os títulos são enormes, os temas são populares... percebem para quem estão a comunicar e isso também é o segredo de um jornal. Isso é válido para um Correio da Manhã, para um Público, para um Expresso, Financial Times... o que for. Se o jornal perceber o seu leitor vai saber o que fazer.

**Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

O jornal regional tem uma coisa que eu acho que é uma vantagem em relação ao jornal nacional, especialmente num país como o nosso, que é o jornalismo de proximidade, o verdadeiro jornalismo de proximidade. No Jornal de Leiria eu sei o que é que está a acontecer na “minha terra” com uma abordagem que eu dificilmente consigo encontrar num jornal nacional. Se pensarmos nos Estados Unidos, que são um mundo, eles têm muitas estações locais, tem muitos jornais locais. Aliás, não é preciso ir tão longe. Espanha também é um ótimo exemplo com jornais regionais que vendem tanto como alguns dos nossos jornais nacionais. O La Vanguardia, O El Periódico, que é ótimo, a Voz da Galiza. Em Portugal, os jornais regionais são muito pequenos, mas o nosso país também é muito pequeno. Eu adoro jornais regionais, acho que têm imenso potencial e acho que valorizam a sociedade.

**Que dificuldades e desafios considera que existem no processo criativo de um jornal regional? Considera que o território, a cultura e as tradições conseguem influenciar o seu design?**

Acho que sim. Eu posso dar o exemplo do O Setubalense. Houve uma série de preocupações em relação ao desenho original, nomeadamente o logotipo. O problema não era do logotipo anterior, mas a primeira página tinha tanta publicidade que o logotipo ficava invisível. Portanto, uma das preocupações que eu tive quando desenhei o jornal foi fazer um logotipo “à prova de bala”. E depois trabalhei alguns detalhes como “as ondinhas” do logotipo que estão presentes no desenho do jornal e na identidade da marca, que remetem para o rio Sado, para o mar e para a serra. As cores também estão presentes no brasão da cidade. E quando fizemos a campanha, usamos o “S” de Azeitão, um bolo típico da região...

**Qual é que acha que é a maior dificuldade?**

Mais uma vez, a eventual falta de recursos e meios. Quando fazemos um jornal regional, temos de ter em conta que estamos a trabalhar para uma redação que tem muitas limitações. Às vezes o melhor é não complicar. E com isto não quero dizer que não possamos ser criativos. Nas primeiras edições do jornal do Setubalense, alguns textos nem sequer chegavam ao fim da coluna. Eu sabia que eles estavam a fazer o seu melhor, mas, de repente, estamos a introduzir hábitos de um jornal nacional numa redação de um jornal local, que não estava habituada a trabalhar com algumas daquelas regras. Hoje em dia, muitas das dificuldades estão mais que ultrapassadas, e têm feito um trabalho muito interessante. Não só no papel como no digital. Fazer um projeto gráfico não é fácil, mas mantê-lo é que é o verdadeiro desafio.

**Pois, também ser um diário é muito mais complicado.**

Nós temos de perceber isso. Nós temos de saber exatamente para quem estamos a trabalhar e qual o grau de complexidade que podemos introduzir nos projetos para eles poderem ser factíveis. Senão é uma questão de tempo até ficar tudo descaracterizado.

**Como pode o design editorial contribuir para a dinamização local e união com a comunidade migrante? Um jornal regional consegue ser um meio de criação do sentido de pertença e influenciar a sua relação com a população residente, população migrante e para os visitantes (turistas)?**

Eu acho que pode. Isso aconteceu quer no Setubalense quer no Jornal de Leiria quando foram redesenhados. O feedback que eu tive é que as pessoas abraçaram os projetos e adoraram ver o seu jornal regional tratado como um nacional. Aliás, depois de ser redesenhado, o Jornal de Leiria, ganhou durante dois anos consecutivos o Melhor Jornal Desenhado pelo NH na categoria de jornal regional. Portanto, é relevante, não é? De repente, tens um jornal que é regional e que parece nacional. Isso faz com que a comunidade sinta que faz parte de algo maior logo tem um impacto positivo. Respondendo à outra pergunta. Sem dúvida que um jornal regional consegue criar essa ligação. Eu acho que sim. Com os turistas não tenho a certeza, é mais complicado, mas agora com a comunidade internacional sim. No outro dia também estava a ler uma notícia que eu achei muito curiosa: os jornais regionais estavam a ser muito prejudicados porque os CTT não estavam a fazer as entregas a horas. Muitas pessoas estavam a desistir das suas assinaturas porque os jornais, maior parte deles semanais, só chegavam uma semana depois. As pessoas acabavam por preferir ir comprar ao quiosque.

Consentimento assinado de Javier Errea.

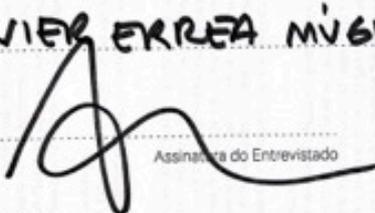
**PAGAMENTO PELA PARTICIPAÇÃO**  
Os sujeitos desta entrevista não receberão qualquer tipo de remuneração.

**CONFIDENCIALIDADE**  
Qualquer informação pessoal que o entrevistado não se sinta confortável em divulgar, assegura-se a sua não divulgação.

**SUGESTÕES/INFORMAÇÕES A NÃO DIVULGAR:**  
.....  
.....

**ASSINATURA DO SUJEITO DA ENTREVISTA**  
Compreendo os procedimentos acima descritos e aceito participar nesta entrevista. Foi-me dada uma cópia deste documento.

**JAVIER ERREA MÚSICA**  
.....  
Nome do Entrevistado

  
.....  
Assinatura do Entrevistado

**3 / 5 / 2022**  
.....  
Data

**ASSINATURA DO INVESTIGADOR**  
No meu julgamento o sujeito é voluntário e possui capacidade legal para, após análise e subscrição deste consentimento informado, participar nesta entrevista.

  
.....  
Assinatura do Investigador

**24 / 05 / 2022**  
.....  
Data

## APÊNDICE H

### ENTREVISTA A JAVIER ERREA

**Nome do entrevistado:** Javier Errea

**Profissão atual:** Designer no Erreacomunicacion

**Jornais que lê:** Diário de Navarra, El País, El Mundo.

**Tipo de entrevista:** Zoom

**Tempo de entrevista:** 65 min

**Data da entrevista:** 27.08.2022

**E-mail:** javier@somoserrea.es

**No seu percurso profissional, qual o seu primeiro contacto com a imprensa, principalmente com os jornais, e o seu percurso nesta área até aos dias de hoje?**

Bueno, yo estudié periodismo journalism no hace muchos años y yo quería ser yo quería ser reportero. Como mis dos tíos, dos hermanos de mi madre son eran periodistas y para mí eran como un mis ídolos, Y yo quería ser periodista, como ellos. Y estudié periodismo. Y en seguida empecé a trabajar como reportero en este periódico que te he dicho antes en Diario de Navarra. Después, cuando acabó la carrera en la universidad, continué trabajando ahí. Al cabo de unos años pasé a otro diario local. Digamos que mi primer contacto fue con con este periódico con Diario de Navarra, porque sí que había hecho alguna cosa pequeña para alguna revista también de aquí. Pero digamos que el contacto es a través de mi inspiración familiar. Y este periódico local.

**E como é que começou esse percurso no design editorial de jornais?**

Bueno, esa es una buena pregunta, mucha gente me ha hecho esa pregunta y yo no estudié diseño. Nunca. Todo lo que sé o no sé de diseño lo he ido aprendiendo poco a poco con la práctica. Pero yo suelo explicarlo así. A mí me gustaba escribir. Pero me gustaba también organizar la información. A mí me gustaba que nadie, nadie más, pusiera las manos encima de eso. Y entonces yo ya en la universidad, el proyecto fin de carrera, Tuvimos que hacer un trabajo en equipo, era una re-

vista, Yo me ocupé de toda la parte de diseño. Realmente la realidad es que yo dudé entre estudiar periodismo o arquitectura. Me gustaba mucho la arquitectura. Y finalmente escogí periodismo. Pero cuando trabajaba como reportero en el periódico local este que te he comentado, me gustaba escribir y diseñar mi página, elegir mi foto, editar mi foto, hacerlo todo yo como un control de la página total. Y por eso recuerdo que había muchas personas del área de producción en la imprenta. Eh, del equipo de diseño. Entonces el periódico que me odiaban. Me odiaban porque claro, me decían. ¿Pero este chico joven que quiere hacer todo, no? Bueno, pues sí, y me ha gustado organizar las cosas y siempre me organizo. Yo soy una persona bastante ordenada. Y me parece fundamental. Siempre lo digo que para para ser buen periodista no solo hay que saber contar las cosas, sino saber presentarlas. Y el orden, la estructura, una buena edición fotográfica, todo esto es clave. Tu puedes hacer un magnífico texto, pero si no lo vendes bien, si no lo expresas, lo cuentas, lo presentas bien.

### **Sim, há pessoas que não conseguem visualizar...**

Eso es, eso es. Entonces esa es la explicación. Y después pues por distintas razones, mi carrera profesional sí fue como derivando hacia la parte gráfica más que hacia la parte de texto, en realidad. Pero tampoco fue una decisión consciente. ¿sabes? O sea, fue como de una forma, no como natural. Se fue haciendo así ya. Eso es.

### **Qual a sua opinião em relação ao design editorial nos jornais nacionais? E internacionais?**

Es muy buena. Realmente, realmente. No es diplomacia ni cortesía. Yo te diría que los diarios portugueses siempre, desde que yo los conozco, han tenido un nivel gráfico muy alto. Muy alto. Es muy alto. Tanto a nivel nacional como a nivel regional. Desde luego, los diarios nacionales en Portugal para mí han sido siempre una referencia. Una referencia importantísima, de buen gusto. Buen gusto tipográfico. Yo diría que la tipografía en Portugal se cuida muchísimo más que en España. Hay

más. No sé por qué. Hay mucha tradición en buenos tipógrafos y he trabajado con buenos tipógrafos allá y en España no hay esa tradición y mi experiencia es que los diarios en Portugal cuidan más la presentación de las noticias que en España. Esto no puedes decirlo de todos los diarios, no, alguien se puede molestar, pero realmente la media es buenísima. A mí me parece extraordinaria la media de diarios y son muy distintos, además. E Y cuál es la opinión de los diarios en el mundo, decías. O como la relación. Bueno, que en el mundo es muy grande. El mundo es muy grande. No, no, yo siempre digo una cosa, porque cuando les preguntan, ¿Cuál es su diario favorito? Y la gente normalmente responde pues el Guardian o el New York Times o yo siempre respondo: ¿Pero tú lees el New York Times, habitualmente lo lees? Si no lo lees, no puedes decir eso porque no lo sabes realmente, es claro que me gusta hacer cosas maravillosas, pero yo no lo leo diariamente. Entonces no tengo una opinión. Así como si leo el país diariamente y del país puedo opinar del New York Times. Tengo que opinar a veces. Entonces en el mundo yo diría que una cosa interesante, es que hay un hoy común tipos de periódicos, según las culturas o las zonas geográficas, o sea el diseño, la presentación, a pesar de la globalización, todavía tú puedes reconocer tipos de diseño de presentación visual según las distintas zonas del mundo, y eso es interesante, me parece valioso y creo que eso hay que intentar guardarlo, cuidarlo. No hacer que todos los diarios en todo el mundo sean iguales. Entonces no sabría decirte. Hay periódicos que me gustan mucho, pero los conozco así de lejos. El Guardian maravilloso periódico, mundialmente. ¿Pero otros muchos también, no? Para mí la pregunta buena es si esos diarios que son tan bonitos están sirviendo bien a sus lectores, a sus audiencias, porque yo conozco muchos diarios muy bonitos y yo incluso he trabajado en algunos de ellos que a pesar de ser muy bonitos, han fracasado. Entonces, lo importante no es ser bonito, si ese diario está sirviendo a esa comunidad a la que va dirigido. Por eso hay diarios no tan bonitos que tienen mucho éxito. Y el caso de los diarios populares, que normalmente a los diseñadores no nos gustan nada. Los diarios populares son diarios que son muy exitosos por que saben cómo dirigirse y cómo

hablar a las personas, a ese público. Yo he intentado hacer esto en mi carrera, he hecho algunos diarios populares y te aseguro que son los diarios más difíciles de hacer de todos. Es más fácil hacer un diario elegante que un diario popular. Mucho más difícil.

### **Qual é a maior dificuldade?**

Bueno, lo primero, porque un diario popular no ha dirigido a mí. Yo no soy público de ese tipo de diarios, no lo consumo habitualmente, los conozco menos. Para mí son como seres extraños que tengo que acercarme y conocerlos bien como funcionan, porque yo leo normalmente diarios más organizados, más serios. Esa es una razón. Y la otra razón es porque un diario popular, si tú te fijas, es un caos, es un caos total. Pero es un caos muy estudiado, más de lo que parece. No es que no es que no sepan hacer un periódico. ¿Sabes? Saben, hacer ese periódico ese caos. Y si yo intento diseñar ese caos, no me sale bien porque no sé hacerlo. Hay unas reglas, que aunque a uno le parezca que no hay reglas, tiene reglas. Tiene reglas muy complicadas. O sea, el desorden es una regla en sí mismo. Es interesante.

### **Considera que há evolução/criatividade no design de jornais ou seguem, na sua grande maioria, a mesma linguagem gráfica?**

Si existe. También aquí hay cosas distintas, porque hay países como España, donde los que diseñan diarios son periodistas normalmente y se nota. Sí, es fácil de ver como en España los diarios son más aburridos. Sean, son todos muy parecidos. En templates hay poca sorpresa, con alguna alguna excepción, pero son diarios hechos como prefabricados y la gente que diseña esos diarios diariamente es gente que no tiene formación gráfica y son periodistas o personas que vienen del área de producción. En cambio, de otros países, Portugal es uno de esos, yo creo, y otros donde la parte gráfica de los diarios está en manos de personas que han estudiado diseño. Yo no digo que los diseñadores sean mejores que los periodistas diseñando, pero creo que lo bueno es que haya como un diálogo, que también conozco, también

conozco y me ha tocado trabajar con diseñadores que creen que por ser diseñadores tienen derecho a hacer cualquier cosa. Ni tampoco es eso. O sea, es ese tipo de diseñador al que no le interesa la información. ¿Interesa sólo que quede bonito, no? ¿Y no es eso un peligro? ¿Entonces en los diarios existe creatividad? Sí. Sí, pero también te diría que creo que ahora menos que antes. Fruto de el empobrecimiento de los diarios y de los diarios, ahora tienen menos dineros, menos recursos, están económicamente peor y dedican menos recursos a esto porque consideran que esto, que la presentación de las noticias no es tan importante para mí se equivocan porque vivimos en una cultura y en un mundo súper visual. Entonces realmente la presentación de las noticias es tan importante como el contenido, muchas veces. Tiene que ir totalmente alineado. Si no entiendes, esto es lo que está pasando en muchos diarios. Si no lo entiendes, naturalmente no dedica recursos a a la parte gráfica y los diarios se empobrecen. Y esto en España ha sido evidente. O sea, todo lo que eran presentaciones espectaculares, ilustración, grandes infografías. Y yo creo que en general también en todos los países ha ido para abajo. ¿Quiénes siguen haciendo grandes cosas? Los diarios que más recursos tienen. Esto es el New York Times que ha hecho una estrategia muy buena de cuidar su unidad impresa. Las personas que trabajan en la edición impresa, pues es un equipo muy muy potente y para ellos es muy importante eso y se nota. Hacen cosas específicas para lo impreso que después no están en lo digital. Sin embargo, en todo el mundo, la mayor parte de los diarios lo que ha hecho es priorizar completamente la parte digital. Una parte digital donde no hay creatividad prácticamente. ¿Porque? Porque no hay. Porque el digital. Esto manda (Telemóvel) ¿Y aquí? Aquí no, no cabe nada. Es aquí no hay creatividad. Entonces no es una crítica, es la realidad. O sea, esto es un scroll down de noticias y unas fotos. Entonces, bueno, es la situación que hay. Realmente creo que la creatividad en los diarios ha bajado con respecto a hace unos años. Es una pena. Hay excepciones, pero en general ha bajado así.

### **De que forma o design editorial é essencial à produção de um jornal?**

Bueno, creo que de alguna manera te he contestado. Yo creo es que yo entiendo el diseño como una actividad que no sólo es presentar la información. ¿Para mí el diseño debería ser algo que tuviera que ver con la innovación, sabes? O sea, aplicar las reglas del diseño a todo, a la organización del equipo, a los flujos de trabajo, a la manera de pensar, a los nuevos proyectos y por supuesto, también a la presentación de la información. Pero no sólo eso. El diseño, el design thinking y todo esto que todos conocemos, son herramientas muy interesantes que los periódicos, rara vez, muy extrañamente utilizan. Entonces, para mí el diseño entendido así es súper importante en un diario, en cualquier empresa, pero en un diario también. O sea, a mí me extraña muchísimo encontrar seguir encontrando periódicos donde los equipos de diseño son de segunda división. Hubo una época en que crecieron y parecía que iban a estar en Primera División. Estuvieron un tiempo y después ya cayeron y ahora no están ahí y se nota porque el producto final, pues como decía antes, se queda empobrecido. Y esto no entiendo cómo no lo ven, porque en cualquier otro sector económico, en la moda, e cualquier cosa, la gastronomía, los coches, el diseño es fundamental. Y ahí estamos trabajando nosotros ahora, con un laboratorio farmacéutico, con una empresa de farmacia. Y esta gente lo que más me llama la atención, es una de las empresas farmacéuticas más importantes de España, ellos han puesto el diseño y el marketing en el centro, en el corazón del negocio. O sea, no es el equipo médico, es el marketing y el diseño, me parece. Al principio, cuando lo escuché, dije esos tipos se volvieron locos, pero no. Tenían una buena mirada sobre el negocio. ¿Sabes? Y porque el diseño tiene que ver con la audiencia, con las necesidades de la audiencia, con la usabilidad, con, con, con todo. ¿Entonces por qué los diarios no acaban de entender esto? Es la pregunta. Algunos tal vez sí, pero realmente no mucho.

**Eu acho que isso piorou quando começaram a colocar todo o conteúdo online...**

Si, pero tambien es verdad que en la parte digital sí que se ha cuidado mucho la navegación, la accesibilidad. El poder encontrar las cosas rápido y bien. Eso es verdad. Eso también es diseño. ¿Entonces aquí hay mucha creatividad? No hay, pero sí que hay estudio de cómo la gente navega, como la gente encuentra, busca. Bueno, eso es interesante. Y en los diarios de papel, yo no sé si ha habido tanto estudio. No lo creo. Me parece que hay mucha, mucha resistencia, mucha rutina.

### **Qual a importância do design editorial na primeira página/capa de um jornal e a sua relação com o leitor?**

Sí, totalmente. Lo que pasa es que sí, es verdad. Como te diría, durante muchos años en diseño de periódicos en papel ha sido muy intuitivo. O sea, no hablo por mí. Así que conoces las reglas, de cómo se lee, cómo se entra a una página. Hay unas ciertas normas que tú las sabes intuitivamente, pero es verdad que después eso no se ha medido, no ha habido métricas de ese uso del producto y sin embargo, en digital hay constantemente métricas. Y eso es muy interesante. La verdad es que creo que al papel nunca se le ha aplicado esto. Es verdad que en el digital, ya digo, se puede medir rápido. Todo es medible. El consumo en papel es diferente porque no tienes esa capacidad de medir. Pero creo que algo de eso, de esa medición, debería aplicarse al papel. También debería hacerse un esfuerzo grande en entender cómo se consume, porqué se consume, por dónde se entra pero no se sale. Y creo que las empresas periodísticas ahí no ponen. Muy poco interés. Entonces los rediseños o volver a la pregunta sí que tienes en cuenta. Yo sí he tenido en cuenta al lector. He procurado tenerlo en cuenta. He procurado tener en cuenta qué tipo de lector es el lector de ese diario, la legibilidad siempre ha sido un factor fundamental en un diario, es lo más importante. Cuando tú haces un rediseño, es la primera queja, la primera protesta de los lectores, si tocas algo es el texto, que es muy pequeño, es que no se lee bien. Esa es la queja más importante y eso es lo que más cuidado hay que tener. Y luego la claridad. Me parece que el orden y la claridad para mí han sido fundamentales, no sólo porque

yo soy ordenado, sino porque creo que una persona que lee un periódico necesita que no le vuelvan loco, o sea, que pueda encontrar las cosas, que sepa dónde. Pero ya te digo, más intuitivo y de experiencia personal y de y de experiencia profesional que de basado en métricas. Hay algunos estudios como quizá conozcas, eye tracking. Bueno, eso es. Esas son las pocas cosas que se han hecho para intentar comprender cómo alguien avanza en la página. Eso creo que es bastante evidente. La foto. Lo primero, el titular, lo segundo. Bueno, no hace falta ser muy inteligente para entenderlo.

**No processo criativo de design editorial de um jornal, tem-se em consideração o percurso de leitura e o manuseamento do jornal?**

Si, este es un tema muy interesante. El orden de un diario, las secciones, la estructura, como tienen que ser. Y normalmente cuando uno rediseña un diario que ya existe un diario veterano o viejo, una cosa que da mucho miedo es cambiar la estructura de contenidos. ¿Por qué? Porque el lector está acostumbrado a una secuencia, Leer primero, No sé qué inventar, primero local, después nacional, después internacional. Ese orden está tan interiorizado que cambiarlo es peligroso. De hecho, yo muchas veces he propuesto hacer cambios más arriesgados y siempre me han dicho casi siempre me dicen que no. Que no por este miedo, lo que pasa es que ahí siempre tengo dudas, porque esto hace que los cambios siempre sean más tímidos, menos atractivos. No sé, es un tema muy interesante. Ya digo, hay veces que vale la pena mantener y otras veces en que a lo mejor vale la pena tener más ambición. Todo depende de el diario, de su situación, de la competencia, de la gente, de los competidores alrededor el mercado, nuevas tendencias, porque al final el que arriesga tiene más peligro de fracasar, pero al mismo tiempo, si acierta, no se convierte inmediatamente en referencia. Eso porque los diarios en España tienen todos un mismo orden. Eso lo inventó el país en el año, o más o menos en el año 76. Entonces todos copiaron el país y ahora mismo es prácticamente imposible encontrar un diario español que tenga otro orden diferente. Esto pasa en

otros países, más o menos. En cada país o cada cultura tiene un modelo de diario y todos los demás siguen ese modelo. ¿Es difícil, verdad? Yo en Portugal, sin embargo, cuando salió *Journal I* en 2008 que estuve yo ahí trabajando nueve, este diario fue muy revolucionario porque propuso otra cosa completamente diferente. ¿Cuál era la ventaja? La ventaja que era un diario nuevo. Al ser un diario nuevo, tenía menos riesgo, no tenía un patrimonio detrás, pero al mismo tiempo tenía que tratar de conquistar un público. Es difícil en un mercado que ya tenía otros diarios importantes. Entonces, claro, tampoco fue un éxito, fue una propuesta. Yo digo siempre que la propuesta de *I* fue una de las más interesantes que yo he visto en mi vida como propuesta. Otra cosa es que el modelo sea exitoso o no sea exitoso y al final los modelos que no son exitosos son más como productos de laboratorio que de alguna manera así no salió. Y sigue existiendo, creo. ¿Y sigue existiendo, no?

**Sim, ainda existe, mas está completamente diferente.**

Bueno, pero la realidad es que 13 años después. Si existe todavía. Para mí es un pequeño milagro. Yo pensaba que no, que iba a cerrar antes.

**De que modo a época em que se encontra e os conteúdos de um jornal conseguem influenciar o seu design?**

Pues totalmente. O sea, es que como yo creo que decía antes, el diseño, el proyecto gráfico de un periódico o de cualquier de desde una camisa, de un cualquier cosa. Debe reflejar que el espíritu, el alma de esa cosa. Yo no puedo diseñar un Ferrari como si fuera un camión. No porque el alma de Ferrari, es la velocidad, es el diseño, es la sofisticación. Entonces el diseño que tienes que hacer para los autos de Ferrari es bueno. No espera determinada cosa. Y con los. ¿Con los contenidos? Sí. Entonces lo que quiero decirte es que verdaderamente los contenidos son decisivos para plantear cualquier proyecto gráfico. Me ha tocado rediseñar diarios muy serios, muy prestigiosos, nacionales, donde el diseño que te pedían no sólo el cliente, sino también el Público, era un diseño bueno, tranquilo, ordenado, cartesiano, muy retícula, regular,

que es un diseño precioso, un poco diseño suizo, que digo yo, es muy bonito. La creatividad esos periódicos está no tanto en la propuesta de diseño de las páginas, como en en algunos agujeritos que dejan la página para hacer un gráfico muy espectacular o una ilustración, pero las herramientas comunes del diseño son muy, muy rígidas, muy sencillas En el fondo, son diarios donde el contenido fundamentalmente es texto y foto. Entonces tú tienes que dejar que el texto y la foto luzca y brille. No, no puedes quebrarlo ni fragmentar lo ni romperlo en mil pedazos. Por mucho que te digan que la gente no lee porque el público de esos diarios lo que quiere es que tú le dejes un texto tranquilo. Yo El país me gusta no porque tenga el diseño más bonito del mundo, sino porque los contenidos son buenos y me los presenta de una manera serena, tranquila. No me despisto. Si el país decidiera de repente presentar sus contenidos de otra manera, ruidosa, con color, pues yo no me encontraría cómodo. Y la respuesta a la pregunta tuya es que es fundamental. El contenido es el que marca completamente el tono visual de un proyecto. Absolutamente.

**Existem estudos e dados estatísticos de publicações impressas, tais como os jornais, de que o volume de vendas está a diminuir e, conseqüentemente, a sua produção nos últimos anos. Por que razão acha que os jornais impressos estão a perder leitores?**

Porque no hay solución. Es un poco pesimista. ¿No? Pues han perdido lectores porque los lectores se han ido. Antes pensaba que se habían ido porque los diarios lo hacían muy mal. Pero es un poco injusto decir esto. Yo sí que creo que los diarios han descuidado su propuesta y se han vuelto locos en el mundo digital. O sea, lo que es la tecnología les ha fascinado y han dedicado recursos a la tecnología, no a la propuesta de contenidos. Eso por una parte. Pero luego la realidad es que la vida ha ido por otro lado. Se ha ido por otro lado, masivamente. Entonces todos, desde luego, la generación joven como tú, y está en otra parte. Entonces los diarios no tienen mucho que hacer ahí. De hecho, yo que soy una persona que viene del mundo de los diarios analógico,

yo consumo digital constantemente. Y me encanta leer en papel, me encanta. Yo me compro el diario, pero también consumo aquí, entonces todo el tiempo que dedico aquí ya no lo dedico al otro lado. Entonces los diarios de papel es inevitable que sean minoritarios. Yo no creo que yo no creo que los diarios en papel vayan a desaparecer. De momento, cuando dice por ahí la gente que se van a morir y tal. ¿Yo no creo porque no por una cuestión romántica, eh? Yo creo que el tema de los diarios en papel tiene una función en una función importante todavía, y es que fijan los contenidos. Lo que pasa es como que queda grabado, grabado en algo físico y eso es imposible que ocurra en el mundo digital. Todo el mundo digital, la homepage que ves ahora en El país o de Expresso dentro de media hora es otra y distinta. Entonces la realidad ha volado. Entonces claro, si dentro de 100 años, si no existieran los diarios en papel, alguien que va a estudiar qué pasó el día 26 de septiembre o 27 de septiembre de 2052, no va a encontrar nada. Porque en cambio el papel lo que hace es como esto es lo que pasó. Esto. En 32 páginas, en 56 páginas en las que pasó esto. Ya sé que pasaron otras muchas cosas, pero esto es lo que yo te doy. Y eso, esa capacidad que tiene el papel de reunir, de tocar, eso no se puede. Eso para mí es imbatible. Entonces yo siempre la defensa que hago del papel no es romántica, sino que lo que reivindico es que el papel tiene una función y que esa función es posible que se convierta en dinero, que se pueda hacer negocio de esa función. No va a ser algo masivo, va a ser una cosa más pequeña. Ya está, no pasa nada. Pues los medios de comunicación tendrán que elegir si quieren estar en papel, si quieren estar en papel y en digital o si quieren estar solo en digital, tienen que elegir. Pero lo que no pueden pretender es seguir operando como hace 20 años. No puede ser. Entonces tienen que ver dónde está su corazón empresarial y su corazón espiritual y ver cómo quieren hacer negocio a partir de ahí. Pero no aplicar las reglas de juego que había hace 20 años, porque no funcionan. Son diferentes. Entonces no es una visión negativa ni pesimista. Es una visión muy realista. Y al contrario, creo que es una visión esperanzadora. Porque estoy convencido de que el papel tiene ahora y va a tener en el futuro una función que no veo que alguien pueda quitársela.

**Devido à evolução dos meios de comunicação digitais e da popularidade das redes sociais, considera que estes são um complemento, uma necessidade ou uma ameaça aos jornais impressos?**

A ver, yo lo que creo, quizá estoy equivocado, es mi opinión, yo creo que lo que hay que intentar cambiar es un paradigma, o sea, las redes sociales o una newsletter, en que se manda por mail, en realidad son medios autónomos, independientes. O sea, pensar que una red es parte de una estrategia de un medio, es verdad que sí lo es, pero al final hay muchas personas, muchas que nunca hay venido el New York Times, sólo ven Instagram del New York Times, por ejemplo, O Twitter o lo que hagan en otras redes sociales. Yo, por ejemplo, no me compro el New York Times, no pago la suscripción digital del New York Times, pero veo Instagram el New York Times. Entonces, para mi Instagram de New York Times no es complemento de nada, es un medio en sí mismo. Y a mí esto me parece súper importante tenerlo en cuenta, pero que lo tuvieran en cuenta todos los diarios. ¿Sabes por qué? Porque eso haría que la calidad de lo que se ofrece en las redes fuera mayor. Si tú crees que lo que publicas en las redes es solo un complemento, al final no haces nada. Estás intentando que las personas entren por aquí y vayan al website, a la web. Y eso no ocurre. Ocurre a veces. Pero las personas consumen las cosas, me parece que, independientemente. El público que consume la web no es el mismo público que consume el papel. Antes se pensaba que sí, pero no es verdad. Es una parte de ese público. ¿Entonces, a dónde quiero llegar? Creo que el camino bueno es tener equipos que trabajen independientemente y que construyan en cada plataforma un medio. O sea, esto en realidad va en contra de las redacciones multiplataforma y multimedia que. ¿Que por qué? Porque esto es un medio especializado. Esto requiere un lenguaje propio, una manera de poner las imágenes, de hablarme, que no es la manera de hablarme a través de la web, ni es la manera de hablarme en un papel. Entonces no puede ser la misma persona la que haga las dos cosas. Por eso yo siempre me he opuesto a las redacciones multimedia. Pero tampoco por romanticismo, sino

porque creo de verdad que cada canal tiene su lenguaje. ¿Entonces, cuál es el problema? Que los medios pequeños no tienen personas para todo, no tienen. Entonces, una misma persona tiene que estar subiendo notas a la web, escribiendo para el papel, haciendo los tweets de Twitter y todo lo hace regular o mal, no lo puede hacer bien. Es imposible que lo haga bien. Y mi teoría es que para estar en unas redes sociales sin tener buen criterio o una buena estrategia, estar por estar, no aporta nada. Créeme, conozco muchísimos diarios donde los equipos se limitan a duplicar el contenido en Facebook, en Twitter, en Instagram hacen lo mismo. Y eso no sirve para nada. Para nada, para nada. Me parece una estrategia equivocada, porque la gente que va a Instagram, a un diario donde. Si al final no te engañan o no vuelves o te aburres y acabas por no volver nunca más. Yo creo que la estrategia buena sería ésta. Ahora hace falta tener coraje para para que un diario que no tiene muchos recursos decida. Tú vas a trabajar en esto. Olvídate de lo demás. Participas en las reuniones. Escucha, es por donde van las cosas. Pero tu agenda informativa, tu tono, no es el mismo. Claro que tienes que hacer las redes sociales que sean del Guardian. O sea, el tono. Pero el tono, me refiero, tú tienes que entender que es el Guardian. Pero si tú lees Guardian el tiktok, no puede ser el Guardian de papel porque estás hablando a otra gente.

### **Sim, no website também não pode ser o mesmo...**

Claro. Entonces tiene que ser riguroso, confiable. Tiene que ser información contrastada. ¿Puedes hablar de otra manera a la gente? ¿Sabes? Entonces, para mí, esta es la estrategia buena.

### **Considera que esta evolução também foi um motivo que levou à descredibilização da imprensa?**

Bueno, yo procuro ser equilibrado en el comentario porque la respuesta que me sale rápido es decir sí. Pero yo creo que en general, el entorno digital y las posibilidades que ofrecen... Al principio se hablaba como de democratización, no de la información, todo el mundo

podía participar, informar, que la información ya no sólo era del periodista al público, sino que podía ir en todas direcciones. Eso, lógicamente, es un desastre. O sea, es bueno en una manera, pero desde el punto de vista de la credibilidad, del rigor, es malo porque todo lo que no es hablar de las fake, de las fake news. Entonces no es que los medios digitales hayan contribuido a nada, a la no credibilidad del periodismo, sino que el entorno digital en sí, por su naturaleza, por sus características, lo que ha hecho es que los periódicos ya no sean la única fuente de información. Los periódicos o la televisión, la radio, y el periodismo profesional ya no es la única fuente de información. Es una más. Entonces ni es la más seguida. No acabas por no distinguir bien la información de un diario de la que te manda un tipo que no sabes ni quién es el otro, sea porque te llega todo indiscriminadamente a tu teléfono celular.

**Pois, se calhar isso dá ainda maior importância aos jornais em papel.**

Si, si. Esto es un tema muy interesante para mí las marcas son muy importantes. Tienen credibilidad. Que en el entorno digital las marcas se han diluido un poco. Las marcas ya no tienen tanta relevancia ni tanta importancia como antes, porque tú vas en Google, Google Earth y encuentras un montón de cosas, pero clicas en una y no te lleva a la home d'El País, te lleva a una nota por ahí que ni sabes que es d'El País o que no sabes que es realmente no te fijas de quién es esa nota. Entrás por la puerta de atrás. Y eso va en contra de las marcas. Esto es un problema porque las marcas sí quitan credibilidad, las marcas si dan confianza. Que una nota la afirme el Guardian, me parece que hay un equipo periodístico, que ha habido un filtro, que se han procurado contrastar las fuentes, etcétera, etcétera. Entonces no es lo mismo cualquier cosa que te llega al celular, no? Pero las cosas son así. Entonces realmente ahora mismo la situación es la que es. O sea, luchar contra esto es imposible, yo no encuentro otra otra manera de hacerlo. Más que bueno, pues intentar tú hacerlo bien. Intentar proteger tu marca. O sea, y que es algo que los diarios sí que han hecho mal. Lo reconozco cuando han

sido tan poderosos o cuando han empezado a tener menos publicidad, ellos, muchos diarios, han vendido sus marcas a publicidades encubiertas, a contenidos de segunda división para tratar de arañar dinero y eso ha debilitado las marcas, o han vendido las marcas a partidos políticos o a intereses de otro tipo. Eso ha perjudicado muchísimo a las marcas. Y en esta situación, pues claro, el resultado no es fácil de manejar.

### **Qual vai ser o futuro dos jornais impressos? Vão deixar de existir ou reinventar-se-ão?**

No, yo te he dicho antes, yo creo que no, de momento no veo que vayan a desaparecer, lo que sí veo o recomendaría es una pequeña evolución. A ver, de momento los diarios en papel los lee muy poca gente, muy poca gente. Creo que es mejor ni conocer las cifras Porque son tremendas, tremendas. Si ahora las cifras de los diarios en España es terrible. Pero todavía representan algo. Por eso es muy difícil que un diario cierre, porque representan. Porque a pesar de vender muy pocos periódicos, la publicidad más importante todavía acude a ellos. Porque todavía los políticos más importantes acuden a ellos. Porque muchos otros canales de información se alimentan de ellos, pues son como instituciones poco sagradas, pequeñas, que están ahí, debilitadas. Pero no veo yo todavía que vayan a desaparecer. No lo veo. Sin embargo, me parece que a medio plazo. El futuro de los medios impresos va más especializado. O sea, creo que lo que ha sido siempre un diario generalista, con muchos contenidos de todo tipo de secciones de mundo, eso no va a ser así más, no va a ser porque no tiene sentido. O sea, no tiene sentido que un diario local como el que yo leo aquí tenga tres páginas de internacional. No tiene ningún sentido. Quizá para mi madre quizás sí, porque ella le eso. Pero yo ya no leo la información internacional en ese periódico, no la leo nunca, la leo en El País o en una web o lo que fuera. Entonces creo que ellos tienen que hacer un análisis de dónde tienen que enfocar sus recursos. Y un diario local tiene que enfocar sus recursos. Ya lo hacían antes, pero ahora con más

razón todavía en una buenísima información local. ¿Qué quiere decir esto? Que un periódico local, tal y como antes eran los periódicos locales. Y quedan como pequeñas revistas sociales para mostrar a todo el mundo. Eso ya no sirve. ¿Por qué? Porque las personas que vivimos en ciudades pequeñas como yo, antes no viajabas. Antes no tenías la oportunidad de ver nada, era muy raro. Ahora con esto es que tú tienes acceso a la mejor información del mundo. Un periódico local ya no puede darte fotos malas, y siguen haciéndolo, siguen dándote información muy mala. Información de un pueblo pequeño, malísima, con fotos malísimas. Ya no vale. No vale porque no te conformas con eso. Y ahí es donde yo creo que tienen que hacer una reflexión muy seria. Y yo siempre digo que los diarios locales tienen que convertirse en el New York Times de cada ciudad. Si tu eres el Alentejo el diario de allá o los diarios de allá lo que tendrían que hacer es ser el New York Times de Alentejo. Porque nadie lo va a hacer mejor que ellos. Y entonces a la gente de Alentejo, como yo, la de Pamplona, hay que tratarla con muchísima dignidad, porque esa gente viaja, esa gente ve la televisión, esa gente tiene acceso a Internet, a todo, a Netflix. Entonces, para mí es un proyecto muy importante, muy interesante y que yo creo que ese sí es un buen futuro de para los medios impresos.

### **Para si, qual a diferença entre um jornal regional e um jornal nacional?**

Bueno. Yo creo que antes era más el contenido, antes cuando no había acceso a la información a través de Internet o a través de otros medios como tenemos ahora. El medio nacional se ocupaba de los temas nacionales y el periódico local se ocupaba de los temas locales. Pero ahora, como decía antes, las personas que vivimos en una ciudad pequeña no sólo estamos interesados por lo que ocurre aquí. También nos interesa lo que ocurre fuera. Entonces, lo importante para mí es o nos interesa lo que ocurre aquí, pero con un punto de vista más universal. Pues yo creo que el asunto se trata de elevar un poco el nivel de los periódicos locales y tratar temas universales desde un punto de vista

local. Entonces, yo creo que antes la diferencia del contenido ahora es más el punto de vista, creo yo. Por supuesto, el periódico local va a publicar noticias de personas vecinos. El diario no, nunca va, nunca va a sacar. Y eso es una fortaleza, porque realmente ese tipo de noticias no aparecen en ninguna otra parte. O sea, Google no da eso, Netflix no da eso. Entonces, por eso los diarios locales en general han resistido mejor. Yo diría que los diarios nacionales, al menos en el soporte impreso, en soporte digital es diferente, porque el soporte digital exige muchos recursos, exige unas tecnologías complicadas y caras y los diarios locales no tienen esa posibilidad y se nota muchísimo a las webs de los diarios locales son malas en general. Yo, por ejemplo, he aquí, yo leo mi diario local en papel, pero la web de ese diario no entro nunca. No, porque no me aporta nada.

**Que dificultades e desafios considera que existem no processo criativo de um jornal regional? Considera que o território, a cultura e as tradições conseguem influenciar o seu design?**

Hay una dificultad de mentalidad. Mentalidad de tanto a nivel corporativo como a nivel directivo. Creo que hay demasiadas rutinas, demasiado miedo a cambiar. La mentalidad es un problema en los diarios regionales y locales. Siempre. Y luego el segundo, problemas de recursos. Porque muchas personas que viven o que nacen en lugares pequeños se van. Se quieren ir a Lisboa por toda Madrid. Entonces, realmente el mercado donde tú puedes contratar talento es pequeño. ¿Dónde vas a encontrar a un buen infografista? Por ejemplo, aquí en Pamplona eso no hay, hay que ir a buscarlo fuera. Y la gente que va fuera no quiere trabajar aquí, quiere trabajar en Madrid porque va a trabajar en un medio con más repercusión, etcétera. Entonces el talento es un problema, la escasa oferta. Entonces, la única manera de combatir esto es ofrecer atractivo a la gente, sea ofrecerle un proyecto que que el talento local considere que es estimulante, que le permite desarrollarse para lo cual hay que estar muy atento a lo que pasa afuera y que estar mirando todo el tiempo. Hay que viajar, hay que ir

a congresos, hay que ir a, se supone invertir, creer en eso, invertir. Sea El reto principal para mí de la prensa local es romper con una rutina de hacer las cosas. Es un tema cultural. Es difícil. Bueno, antes hablabamos de que los diarios deberían no ser todos iguales. Lo que no sé es hasta qué punto en un país como Portugal, que no es muy grande, o en un país como España, que tampoco es tan grande. No sé si las diferencias culturales, son tan marcadas como para que el diseño de esos diarios sea diferente, tengo alguna duda. ¿O sea, por ejemplo, por ejemplo, tiene que ser diferente un periódico de Porto que uno de Lisboa? ¿O tiene que ser diferente un periódico de Alentejo que de un periódico de Algarve? No lo sé. Me encantaría decir que sí. Que tendría que haber algo que los reconociera. Pero no lo sé. ¿Qué quiere decir esto? ¿Que el período tiene que ser más luminoso, con colores más brillantes? No lo sé. Es una pregunta muy bonita. Pero es difícil. O sea, yo creo que. Es que las diferencias gráficas de los diarios responden a áreas geográficas mayores. Así que tú puedes diferenciar claramente un periódico escandinavo de un periódico español o portugués. Puedes, porque son distintos. Pero dentro de España. Bueno, no sé. Me vas a dejar pensando ahora. No sé. Es una pregunta muy bonita. Muy bonita. Muy bonita. ¿Cómo se traduce la cultura local o regional en un periódico desde el punto de vista gráfico? Es una pregunta preciosa. No sé. No sé si se me ocurre alguna. Una respuesta interesante. Te la envío.

**Como pode o design editorial contribuir para a dinamização local e união com a comunidade migrante? Um jornal regional consegue ser um meio de criação do sentido de pertença e influenciar a sua relação com a população residente, população migrante e para os visitantes (turistas)?**

No lo sé. No lo sé. ¿Esto también es difícil? Lo siento. Es interesante porque la arquitectura sí que contribuye a la dinamización de una ciudad en el espacio de un entorno. Es verdad. Despues depende como tú hagas el urbanismo de una ciudad o el tipo de edificios, clave condiciona todo. Yo no sé si un periódico es tan poderoso para eso. El diseño

de un periódico. ¿Porque hablas de la pregunta sobre el diseño, no? Yo no sé. A mí me parece bien. No sé si es tan poderoso el diseño de un periódico como para dinamizar una sociedad, una un área local o regional. Pero sí, un diario local puede fortalecer el vínculo. Si, pero claro, si, claramente, yo creo que sí. Es más, yo creo que es su misión más importante, la misión más importante de cualquier diario, pero sobre todo de un diario local y regional, es construir una comunidad y hacer convertirse en un espacio de diálogo y de conversación. Me parece que es un papel, una función básica de un diario y que si ese diario no cumple esa función, está fracasando. Por eso hay muchos diarios que para mí son muy irresponsables, porque en lugar de favorecer el diálogo, lo que hacen es, al contrario todo el tiempo batallar, provocar, generar división. Eso en España estamos todo el tiempo así. Es un tema muy frustrante. Entonces, a mí la respuesta es que sí. No sé si a través del diseño. Bueno, el diseño en realidad también, porque tú puedes servir, puedes gritar, puedes calmar, puedes transmitir alegría, puedes transmitir. Es verdad. O sea, al final todo está relacionado. Es un trabajo en conjunto. ¿Y sobre la población inmigrante que me decías? Buff, qué tema más increíble este. No lo sé.

**Sim, no sentido dos migrantes estarem fora da sua terra natal e o jornal é um meio de se conectarem com o local.**

A ver es que con con la población extranjera. No sé cuál es la responsabilidad de un diario. Si un diario debería contribuir a que esa población se sienta integrada. Es verdad. Pero esto es una responsabilidad doble. ¿También la población debe hacer por integrarse, no?

**Claro.**

Creo yo. Pues yo no sé si un diario tiene que cambiar muchas cosas para conseguir que esa población inmigrante sienta que ese diario es suyo. Yo creo que lo más importante que puede hacer un diario ante esto es ser muy tolerante, muy abierto, darles voz, pero no hacer su-

plementos especiales para los inmigrantes. Yo creo que tiene que ser una cosa mucho más transversal, mucho más abierta, y que ellos sientan que ese diario les da voz y les da la oportunidad de hablar y de que no fomente la división, que con naturalidad y yo creo que que ahí sí tiene mucho que decir un diario local me parece muy importante que lo diga. Lo que dudo eso del diseño. El diseño no sé cómo puede ser. No sé cómo se puede traducir eso en un diario. Lo veo en un país como Portugal o España. No sé si eso tiene consecuencias gráficas. Es de verdad que lo voy a pensar porque me parece un tema súper interesante.

#### **Só se for através da marca e da identidade.**

Sí. Sí. El tema de la marca, el branding, la marca es muy importante porque normalmente un diario, yo por lo menos no he hecho proyectos gráficos a partir de la marca y creo que la marca podría ser un motor muy importante de transformación y de y de identidad de ese proyecto gráfico. O sea, darle a la marca toda esa fuerza, explotarla en el buen sentido de la palabra, aprovecharla. Y normalmente no lo hemos hecho así nunca. La marca siempre se ha visto como un una cosa y como separada de la parte del resto del proyecto, cuando debería ser muchas veces como el motor de todos los valores, de todas las cualidades, de los atributos de ese diario y por eso es muy importante que esa marca tenga atributos positivos, integradores de todo tipo de personas. Y eso es un tema de construcción permanente. ¿Ahora, cómo se traduce? Insisto eso en diseño, en colores, en tamaños, en un tipo de fotografía específica? Bueno, sería un tema muy interesante para desarrollar la verdad. Es una tesis muy interesantísima.

## APÊNDICE I

### TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL *EL PAÍS*

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
El país	N.º 16 341 Ano XLVII	18 de abril de 2022
	N.º 16 449 Ano XLVII	04 de agosto de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Madrid	Diário	Internacional: Edição Espanha (analisada); Edição USA; Edição América (Argentina, Chile, Colômbia, México)
N.º de Páginas	Idioma	Preço
48	Espanhol	1,80€ (durante a semana)
40		2,20€ (sábados) 3€ (domingos)
Tiragem	ISSN	Tag-line
-	1134-6582	El Periódico Global
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1976.	Diretora: Pepa Bueno Diretor de arte: Diego Areso	Assinatura digital: Mensal – 1€ no primeiro mês, 10€ nos restantes; Anual – 96€, com 50% de desconto se for subscrito através do Google  Assinatura papel: Todos os jornais e os seus suplementos – 40€ por mês; Segunda a sexta – 30€ por mês; Fim de semana – 15€ por mês

## Plataformas Digitais

As plataformas digitais do jornal El País são o seu website, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.

O seu website apresenta-se como uma plataforma bastante simples graficamente, utilizando uma paleta cromática reduzida, utilizando o amarelo como a cor diferenciadora, e dando destaque à fotografia. As cores que utiliza no website não são as mesmas que utiliza no objeto impresso. Em relação à tipografia, considera-se que utilize a mesma. No seu cabeçalho temos a marca gráfica no centro, bem como um acesso ao menu que contem todas as secções e temáticas. Ainda no seu cabeçalho temos um acesso ao login na nossa conta pessoal e um botão destacado a amarelo de subscrição. Existe ainda a possibilidade de alterar o país a que se destina a plataforma, ou seja, pelo El País abranger outros países existe a possibilidade de escolher de qual país queremos ler os artigos (Espanha, México, Colombia, Chile, Argentina, USA). Para além do menu, existe ainda uma barra por baixo deste cabeçalho com o acesso mais direto às secções de maior interesse e procura, como Internacional, España, Sociedad, entre outros. Ao percorrermos a homepage, temos logo de início uma notícia em destaque com uma imagem referente ao conteúdo. As restantes notícias apresentam apenas o título, autor e lead. Nos artigos que são exclusivos existe um símbolo com um E para diferenciar dos restantes. Ao longo da homepage esta vai-se dividindo em algumas secções, podendo o leitor ver logo quais os artigos que tem maior interesse e que estão na ordem do dia sem ter de explorar muito o website. As secções que estão mais no fim da homepage apresentam menor espaço na página e, conseqüentemente, menos informação. Quando seleccionamos um artigo, este redireciona para a sua

página apresentando o seu conteúdo, podendo ser compartilhado nos nossos meios de comunicação digitais e comentar diretamente no website.

As restantes redes sociais permitem difundir os artigos do website e disseminar tanto o digital como o impresso. O seu Instagram, apesar de utilizar os mesmos elementos, considera-se que as publicações não são apelativas visualmente e não utilizam nenhuma cor, nem o azul do jornal impresso, nem o amarelo do website. Para aceder aos artigos referidos nas publicações é necessário ir a um link presente na descrição da página. Tanto no Facebook como no Twitter, o acesso é direto para a página do website do artigo. O Youtube é uma plataforma que serve de complemento para os conteúdos audiovisuais do website.

## Suplementos Físicos

Relativamente aos suplementos físicos do jornal El País, este ao domingo apresenta a revista Domingo, com uma análise profunda dos assuntos de destaque da semana com entrevistas e reportagens, o caderno Negócios, com artigos referentes ao ambiente empresário e económico. Ao sábado o El País publica a revista Sábado, que aborda temas como poder e fama através de reportagens, perfis e entrevistas. No primeiro sábado do mês, também tem o suplemento Motor que aborda as novidades e o mercado automóvel. Além destes, o El País tem outros suplementos menores como El Viajero (viagens), Propiedades (Mercado Imobiliário), Buena Vida (Bem-estar) e Quadern (Cultura catalã).

## ELEMENTOS ESTRUTURANTES

## Formato

Tabloide

## Impressão

Cores

## Tipo de Papel

Papel Jornal

## Encadernação

Dobrado

## Grelhas e Margens

É utilizada uma grelha composta por cinco colunas. As margens com dois centímetros na zona superior, inferior, externa e interior, permitem adicionar espaço branco e a que a página respire.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

## Tipografia

O jornal El País utiliza um tipo de letra serifados, Majerit, do designer português Mário Feliciano e uma fonte não serifada, Benton. Esta última é utilizada apenas em pormenores, como as legendas, secções, antetítulos, entre outros. A fonte serifada essa é utilizada em vários estilos de modo a criar hierarquias, desde manchetes, títulos, leads, mancha de texto.

## Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal El País utiliza a fotografia, como principal tipo de imagem, de forma cuidada e com qualidade associando ao tema abordado no artigo. Esta varia de tamanho, dependendo da grelha, do texto e da importância do artigo. A maioria das fotografias identificam o autor.

## Paleta Cromática

O jornal El País apresenta uma paleta cromática muito diminuta, utilizando apenas a tonalidade azul em pequenos detalhes.

## Marca Gráfica

A marca gráfica escrita numa fonte serifada a preto com um toque de cor no assento destaca-se no centro da página pela sua simplicidade e robustez. Além disso por estar centrada na página com bastante espaço branco ao seu redor fica ainda mais evidenciada.

---

## CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO

---

### Objetivos e Valores

O jornal El País defende um jornalismo independente direcionado para o “global e, especialmente, latino-americana” (El País, 2021). Quer apresentar conteúdos de qualidade e fidedignos, separando os factos da opinião. Além disso o El País afirma não ser influenciado por nenhum partido político, financeiro ou cultural. Defende a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa.

### Promoção

O jornal El país utiliza vários meios de comunicação para promover o seu objeto, até no interior do jornal impresso faz referência às plataformas, aos suplementos e outros produtos e serviços que tem a oferecer. Utiliza a televisão, redes sociais, plataformas online, entre outros para se promover.

### Prémios

O jornal El País é um jornal que ao longo dos anos tem recebido prémios relativamente à qualidade do seu design, como em 2008 no qual recebeu uma distinção na categoria de desenho multimédia pela SND (Society for News Design), em 2011 foi distinguido pela mesma organização com o Melhor Design de Jornais em Espanha e Portugal e em 2019 foi distinguido pelo melhor design no seu website e no suplemento El País Semanal. Além destes prémios o El País tem recebido prémios em diversas categorias, desde infografia a multimédia.

### Relação com o local e com o público-alvo

O jornal El País é um dos jornais mais conceituados em Espanha. É um jornal generalista que por abranger um grande território que vai além de Espanha é considerado um jornal internacional. É um jornal flexível em relação ao seu design conseguindo partilhar notícias de vários países, contudo em relação a Espanha não existe uma ligação nos seus elementos gráficos.

## APÊNDICE J

### TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL *PÚBLICO*

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
Público	N.º 11 672 Ano XXXIII	13 de abril de 2022
	N.º 11 689 Ano XXXIII	30 de abril de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Lisboa	Diário	Nacional
N.º de Páginas	Idioma	Preço
40	Espanhol	1,50€ (segunda a quinta-feira)
64		2€ (sexta e sábado)
		1,90€ (domingo)
Tiragem	ISNN	Tag-line
21 054 (média do mês de março)	0872-1548	Abrir portas onde se erguem muros
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1976.	Diretor: Manuel Carvalho Diretor de arte: Sónia Matos	Assinaturas digitais: Trimestral – 20; Anual – 68€; Bianual – 109€  Assinaturas digital e papel*: Trimestral – 35€ ; Anual – 135€ *pacote com todos os jornais impressos da semana, apenas do fim de semana, do fim de semana mais sexta-feira ou apenas dos dias uteis.

### Plataformas Digitais

Na página principal do website, encontramos no topo o seu cabeçalho e a barra de menu. Esta varia consoante os tópicos da atualidade apresentando um conjunto de temas chave para que o utilizador aceda diretamente. Esta barra de menu encontra-se dividida em 2 partes: a primeira encontramos a marca gráfica do jornal Público ao centro, no lado esquerdo um menu com as secções e temas principais. Ainda nesta primeira parte da barra do menu no lado esquerdo, temos acesso à pesquisa e o acesso à edição impressa digital (que sem assinatura, apenas é possível ver as capas do jornal). No lado direito, temos acesso à newsletter, a assinaturas, acesso do utilizador, ícone para alertas e, por fim, um ícone para descarregar a aplicação do jornal, estando pouco perceptível. No menu a vermelho apresenta acessos às secções e aos suplementos do jornal Público, que por exemplo, P2, Ipsilon e Fugas são suplementos impressos vendidos em conjunto com o jornal. Na segunda parte do menu, encontramos temas em destaque e secções com maior interesse por parte do leitor, como artigos de opinião. Quando entramos numa secção, a barra de menu simplifica-se, permanecendo com todos os acessos principais visíveis e com os temas no menu do lado esquerdo como na barra da página inicial. As notícias são dispostas por ordem cronológica e por importância. Na primeira página, a notícia com maior destaque utiliza um maior espaço na grelha e encontra-se no início. As notícias secundárias encontram-se de seguida, utilizando cada vez menos espaço ao longo da página principal. É possível ouvir, guardar e partilhar notícias e artigos. Na primeira página, vemos ainda as notícias principais das secções e suplementos. O leitor tem a indicação no website através da palavra “Exclusivo” para diferenciar dos artigos gratuitos.

As restantes redes sociais permitem difundir os artigos do website e disseminar tanto o digital como o impresso. Para aceder aos artigos referidos nas publicações é necessário ir a um link presente na descrição da página. No Facebook, Twitter e LinkedIn, o acesso é direto para a página do website do artigo. O Youtube é uma plataforma que serve de complemento para os conteúdos audiovisuais do website. No conjunto de redes sociais que o jornal Público está presente é de notar a consistência gráfica.

A aplicação do jornal Público para os computadores não passa de uma cópia do website, portanto não se encontra nenhuma vantagem em fazer download. A aplicação para os telemóveis, torna-se mais acessível, contudo os conteúdos não estão adaptados para o formato e tamanho de ecrã, ao contrário do website quando é utilizado neste tipo de dispositivos, onde o mesmo conteúdo está corretamente adaptado ao tamanho e formato do ecrã.

### Suplementos Físicos

O jornal Público, para além de ser um jornal diário e generalista, contem um conjunto de suplementos distribuídos ao longo da semana: Imobiliário à quarta-feira, Ipsilon à sexta-feira, Fugas ao sábado e, por fim, P2 ao domingo. Em relação ao formato, tipo de papel e cabeçalho, não têm qualquer diferença com o do próprio jornal Público, as grelhas no geral são semelhantes, havendo algumas diferenças, mas cada suplemento tem as suas características diferenciadoras, desde a forma como utiliza a imagem, as cores, tipos de letra, composição, entre outros.

O suplemento Imobiliário tem um cariz económico da área da construção de imóveis e do mercado económico português, desde turismo, energias, imobiliário, entre outros. De todos os suplementos é o que apresenta menos páginas.

O suplemento Ípsilon aborda temas culturais como música, cinema, teatro, dança, livros, arte, design, arquitetura, entre outros. O dia da sua distribuição (sexta-feira) permite a que o leitor tenha sugestões do que fazer no fim de semana seguinte, desde ir ao teatro como ver uma série nova. Devido aos temas que aborda, não existe tanta rigidez no seu design como no jornal Público e no suplemento Imobiliário.

O suplemento Fugas, distribuído ao sábado, emana o espírito que todos os portugueses querem ter num sábado, o de aproveitar a vida. Como o próprio nome diz, o su-

plemento tem o objetivo de mostrar locais onde se pode viajar, comer, dormir, beber. A primeira página assemelha-se às capas de revistas e no seu interior destaca-se a utilização da fotografia.

O suplemento P2, como é referido, é o jornal Público n.º 2, distribuído ao domingo, aborda temas variados, como artes, cultura, entrevistas, artigos de opinião, crónicas, agenda cultural, locais a visitar, entre outros.

Por fim, o jornal Público ainda presenteia os seus leitores com a revista Ímpar duas vezes por anos, com a edição de Verão e de Inverno, na qual apresenta um tema que determina todo o seu conteúdo, como por exemplo a edição de Verão de 2022, “Celebrar a Amizade”, todo o seu conteúdo abordava a amizade, como a perspetiva de alguém sobre o tema ou os vários tipos de amizade, entre outros (PÚBLICO, 2022).

#### ELEMENTOS ESTRUTURANTES

Formato	Grelhas e Margens
Tabloide	É utilizada uma grelha composta por cinco colunas. Na secção “Espaço Público”, onde destaca artigos de opinião e crónicas, é utilizada uma grelha de quatro colunas para que o texto seja lido com mais calma. As margens com dois centímetros na zona superior e inferior e dois centímetros e meio na zona externa, permitem adicionar espaço branco e a que a página respire, enquanto a margem interna de um centímetro permite a que o percurso de leitura do artigo, muitas vezes de duas páginas espelhadas, não seja interrompido.
Impressão	
Cores	
Tipo de Papel	
Papel Jornal	
Encadernação	
Agrafado	

## ELEMENTOS GRÁFICOS

## Tipografia

Com o redesign do jornal Público em 2007 e, posteriormente em 2013, pelo designer Mark Porter, criou uma linguagem identitária através da tipografia desenhada por encomenda para o jornal. A família de tipos Público, possui quatro subfamílias e 40 estilos, para que seja possível utilizar em diversos contextos, como em títulos e textos. Esta fonte, segundo a categorização de Ellen Lupton, é considerada uma transicional com serifas.

Para além desta fonte serifada, o jornal Público utiliza ainda duas fontes sem serifas, a Giorgio Sans e a Graphik Sans, a primeira um tipo de letra mais condensada, utilizada em títulos, capitulares, destaques, e a segunda um tipo de letra mais neutro, utilizado maioritariamente em legendas de imagens e textos. A fonte Público, por ser uma fonte serifada e devido ao conteúdo que o jornal aborda, transmite seriedade. A mancha de texto não se torna densa, apesar de, geralmente, serem páginas com muito conteúdo.

## Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal Público utiliza a fotografia, como principal tipo de imagem, de forma cuidada e com qualidade associando ao tema abordado no artigo. Esta varia de tamanho, dependendo da grelha, do texto e da importância do artigo. Na capa é sempre utilizada uma fotografia com o artigo de destaque da edição, ocupando grande parte da capa. Em algumas fotografias observa-se a identificação do autor, levando a crer que as restantes são retiradas de bancos de imagens. Também utiliza muito infografia, principalmente na apresentação de dados estatísticos.

## Paleta Cromática

A paleta cromática do jornal Público destaca-se na utilização do vermelho como cor principal, também utilizada na marca gráfica. As cores também possibilitam a diferenciação entre secções, como é na secção da Guerra da Ucrânia, onde a barra de identificação da secção utiliza as cores da bandeira ucraniana, a secção do Espaço Público, onde utiliza o amarelo, e nas restantes secções a cor cinza. Ao longo do jornal, a utilização destas mesmas cores, vermelho, amarelo, azul e cinza, são também utilizadas para destacar informações, desde citações a imagens.

## Marca Gráfica

A marca gráfica do jornal Público foi redesenhada em 2007, pelo designer Mark Porter. Era uma marca gráfica desactualizada, pois não estava a evoluir paralelamente com as novas tecnologias e os novos hábitos de leitura da população portuguesa. Esta marca gráfica que se destaca pela letra “P” a “vermelho português” - como Mark Porter refere no seu website (Público, [s.d.]) - com “Público” inscrito na haste vertical da letra, que devido à sua simplicidade possibilita versatilidade na utilização tanto nos meios de comunicação digitais como no objeto impresso. A marca gráfica possibilitou a criação de submarcas para os seus suplementos. A fonte da marca gráfica, encomendada à Commercial Type, apresenta uma grande variedade de estilos consoante a função. Tornou-se num elemento identitário do jornal e influenciou outros jornais na utilização do mesmo tipo de letra. Devido à excelência dos conteúdos que o jornal Público apresenta, bem como do seu design editorial, a sua marca gráfica tornou-se um símbolo de qualidade.

## CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO

### Objetivos e Valores

De acordo com o seu estatuto editorial, o jornal Público defende ser um jornal que acompanha a evolução tecnológica e social produzindo conteúdo de elevada qualidade e diversidade em áreas como a sociedade, economia, política, entre outros. Defende que o jornalista implica criatividade no modo de apresentação dos conteúdos para que este seja “eficaz, atrativo e imaginativo” (Estatuto Editorial | PÚBLICO, [s.d.]). Repele o sensacionalismo e aposta num jornalismo credível e independente de influências políticas. Defende ainda: “o respeito pelo Estado de direito, a liberdade de expressão, a proteção das minorias, o culto da tolerância, a subscrição dos ideais da construção europeia e a certeza de que, como portugueses, fazemos parte de um mundo que nos influencia e no qual temos o dever de participar.” (Carvalho et al., 2018).

### Prémios

O jornal Público é um dos mais premiados em Portugal em diversas categorias, desde a qualidade do seu jornalismo como ao seu design. Destaca-se o prémio ÑH, que destaca o melhor design jornalístico de Portugal e Espanha, onde o jornal Público, em 2005, foi distinguido com uma medalha de prata na categoria de “Redesenho” e uma medalha de Ouro na capa do suplemento Y, entre outros. Em 2009, a D&AD, um dos mais importantes prémios de design do mundo, premeia o jornal Público com um lápis amarelo, que representa uma prata, na categoria de Magazine & Newspaper Design, onde os jurados destacam o trabalho realizado por Mark Porter no redesign do jornal e no trabalho diário de Sónia Matos (Cardoso, 2009). O suplemento Ipsilon foi premiado em 2018 pela Society for News Design

(SND), na categoria de Features Design e foi destacado em três prémios de excelência com uma capa e o seu suplemento e com uma dupla página (Mendes, 2018). O jornal Público foi em 2019 distinguido pelo seu design nos suportes impressos e digitais como o Jornal Europeu do Ano na categoria de jornal nacional pelo European Newspaper Award, sendo que em 2014 ganhou este mesmo prémio (PÚBLICO, 2019). Em 2021, o jornal Público é distinguido com prémios de excelência pela SND, desde a qualidade da fotografia à ilustração representada em nove capas e na categoria de “Portfólio Individual”, distinguindo o trabalho de Sónia Matos (PÚBLICO, 2021).

### Promoção

O jornal Público utiliza vários meios de comunicação para promover o seu objeto, até no interior do jornal impresso faz referência às plataformas, aos suplementos e outros produtos e serviços que tem a oferecer. Utiliza a televisão, redes sociais, plataformas online, entre outros para se promover.

### Relação com o local e com o público-alvo

O jornal Público está destinado a um público-alvo instruído e com iniciativa de estar ocorrente do país e do mundo através de conteúdos fidedignos. Cerca de 69% dos seus leitores tem entre 15 e 44 anos em 2019 (Sousa, 2019). Devido aos temas que aborda e da forma que os aborda, o jornal Público tem sido uma referência para a “classe política, entre os homens de negócios e nos meios intelectuais” (Infopédia, [s.d.]). Devido a ser um jornal de referência desde os seus conteúdos ao design, a sua identidade gráfica torna-se um símbolo de qualidade em tudo o que apresenta, sendo facilmente reconhecida e admirada em todo o mundo.

## APÊNDICE K

### TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL EXPRESSO

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
Expresso	N.º 2581	14 de abril de 2022
	N.º 2594	15 de julho de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Lisboa	Semanal (sexta-feira)	Nacional
N.º de Páginas	Idioma	Preço
40	Português	4,50€
Tiragem	ISSN	Tag-line
68 700 (média de março) 67 475 (média de junho)	0870-1970	Liberdade para pensar
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1973.	Fundador: Francisco Pinto Balsemão Diretor: João Vieira Pereira Diretor de Arte: Marco Grieco	Assinatura Digital: Trissemanal – 5,99€; Anual – 78€; Bianual – 139,99€  Campanha dos 50 anos do expresso, 50 anos, 2600 edições – 990€

---

 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMPLEMENTARES
 

---

## Plataformas Digitais

O Expresso tem como plataformas digitais o seu website, Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter e Youtube.

No seu website, um complemento bastante importante para o jornal, pois este é de periodicidade diária, apresenta no topo da página web o seu cabeçalho. Neste, para além da marca gráfica sobre a barra azul como no jornal impresso, temos diversos acessos a diferentes conteúdos através das secções. Na barra das secções podemos aceder a secções destinadas às temáticas com maior interesse. Para ver outras secções, direcionamo-nos à barra onde se encontra a marca gráfica com o acesso ao menu geral. Ainda na barra do cabeçalho podemos realizar uma pesquisa, aceder às capas dos jornais semanais, assinar o jornal e entrar na nossa conta pessoal.

Ao longo da homepage do jornal podemos observar que o Expresso destaca na grelha através da utilização dos títulos e das imagens de maior dimensão os artigos do momento. Ainda assim, considera-se que no topo desta existe demasiada informação, sendo que deveria enfatizar esse artigo de destaque ainda mais. Na restante homepage, esta vai-se subdividindo em secções, permitindo ao leitor ver os artigos de destaque de cada temática para, posteriormente, aceder para ler o conteúdo deste. Nos artigos que estão em atualização momentânea tem uma indicação “Direto”. Nos artigos exclusivos tem uma indicação “E”.

As restantes plataformas digitais a que o jornal Expresso está presente observa-se a consistência gráfica. Estas permitem a disseminação dos conteúdos dos jornais.

## Suplementos Físicos

O jornal Expresso ao longo do seu tempo de atividade tem apresentado diversos suplementos ou cadernos. Dos seus suplementos fixos, a revista E apresenta textos jornalísticos como perfis, entrevistas, reportagens e investigações sobre temas culturais, lazer, tendências e recomendações. O caderno Economia, apresenta conteúdos rigorosos sobre a área político-económica nacional e internacional, bem como conteúdos referentes ao setor imobiliário e empregabilidade.

Além destes suplementos fixos, o jornal Expresso apresenta suplementos extras, como por exemplo o Guia da Água 1 – 25 rios e lagoas na edição de Abril de 2022.

A revista E apresenta um formato especial de 270mm por 330mm e o tipo de papel na capa é couché com brilho e no seu interior é papel reciclado. O seu acabamento é agrafado. A sua tipografia, paleta cromática e grelha diferem do jornal impresso Expresso. O caderno Economia é semelhante ao caderno principal em relação ao formato, papel, grelha e tipografia. Apresenta-se sempre separado do jornal Expresso. Utiliza maioritariamente fotografia e difere principalmente na paleta cromática.

## ELEMENTOS ESTRUTURANTES

## Formato

Berliner

## Impressão

Cores

## Tipo de Papel

Papel Jornal

## Encadernação

Dobrado

## Grelhas e Margens

O jornal Expresso utiliza uma variação de grelha entre as cinco colunas e as seis colunas. Esta variação entre as grelhas permite adaptar os conteúdos consoante a necessidade e cria dinamismo na sua composição, contudo torna-se pouco consistente quando numa página espelhada em que o artigo tem seguimento da página da esquerda para a página da direita a grelha ser diferente e, conseqüentemente, dificulta no ritmo de leitura. As margens com um centímetro na zona superior e inferior e um centímetro e oito milímetros na zona externa não proporcionam espaço branco na página pois são estreitas, enquanto a margem interna de um centímetro e meio permite a que o percurso de leitura do artigo, muitas vezes de páginas espelhadas, não seja interrompido.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

## Tipografia

Quando o jornal Expresso sofreu o seu redesign em 2006 por Javier Errea, este encomendou a Mario Feliciano o tipo de letra Expresso, com uma versão sem serifas e com serifas. Ao longo das edições do Expresso, observa-se um variado leque de utilizações dos estilos, principalmente na capa. No seu interior, a utilização dos estilos é mais regular, sendo que na sua maioria, o mesmo estilo é utilizado nos títulos e no corpo de texto. No corpo de texto, a leitura é confortável, contudo na composição da página, que num jornal a página por si só é sobrecarregada devido ao pouco espaço branco e às estreitas colunas de texto, o tipo de letra torna-se denso e pesado visualmente, pois a abertura interior da letra é pequena.

## Paleta Cromática

A paleta cromática do jornal Expresso tem como cor principal o azul-escuro, utilizado na sua marca gráfica, e como cor complementar o bordo. Além destas, utiliza cores para a diferenciação das secções, temas e outros elementos. Como por exemplo na edição de abril de 2022, foi definida a cor rosa na reportagem sobre a Identidade de Género, e na edição de julho de 2022, a cor azul-claro na investigação sobre Urbanismo.

### Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal Expresso apresenta uma grande variedade de imagens, desde fotografia, ilustração e infografia. Esta varia de tamanho, dependendo da grelha, do texto e da importância do artigo.

Assinala-se a preocupação nas cores que as imagens apresentam, tentando sempre enquadrar com as cores que representam a identidade do Expresso ou com a cor referente à secção ou tema, como, por exemplo, na página da reportagem sobre a Identidade de Género na edição de abril de 2022, a cor rosa também está presente na fotografia de destaque do artigo, Em todas as fotografias e ilustrações observa-se a identificação do autor.

### Marca Gráfica

A marca gráfica do jornal Expresso é bastante forte apresentando-se no jornal num cabeçalho no topo da página, redesenhada por Javier Errea em 2006, quando realizou o redesign de toda a publicação. É uma marca gráfica que se identifica como logotipo, por apenas utilizar texto. No jornal apenas apresenta a sua variação por extenso, contudo nas redes sociais utiliza apenas a letra “E”. O tipo de letra que utiliza, bem como a sua cor principal, são fortes elementos da sua identidade, possibilitando a criação de submarcas dos seus suplementos.

Devido à excelência dos conteúdos que o jornal Expresso apresenta, bem como do seu design editorial, a sua marca gráfica tornou-se um símbolo de qualidade.

## CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO

### Objetivos e Valores

O jornal Expresso, segundo o seu estatuto editorial (Estatuto editorial, [s.d.]) defende a liberdade de expressão e pretende oferecer aos seus leitores jornalismo de qualidade isento de qualquer influencia legislativa, administrativa, política, económica ou cultural. Tem consciência do seu papel na sociedade e, por isso, considera relevante a “(...) defesa das liberdades fundamentais e da democracia, a de um ambiente saudável que não coloque em risco as gerações futuras, a da língua e do património histórico do país, a da paz e da participação plena de Portugal na União Europeia, a do incitamento à participação da sociedade civil na resolução dos problemas da comunidade (...)”.

### Prémios

O jornal Expresso é também um dos jornais mais premiados a nível nacional tanto pela sua qualidade gráfica como a qualidade informativa.

Em 2022 ganhou 20 prémios na 24.<sup>a</sup> edição da European Newspaper Awards, que premeia os jornais com melhor design na Europa. As categorias a que foi distinguido foram, por exemplo, em Inovação – Storytelling Multimédia, em Terror, Guerra, Infografia, Visualização, entre outros.

#### Promoção

O jornal Expresso utiliza vários meios de comunicação para promover o seu objeto, até no interior do jornal impresso faz referência às plataformas, aos suplementos e outros produtos e serviços que tem a oferecer. Utiliza a televisão, redes sociais, plataformas online, entre outros para se promover.

#### Relação com o local e com o público-alvo

O jornal Expresso, tal como o jornal Público, é um dos jornais mais conceituados pelo seu jornalismo de excelência, contudo, também é considerado um jornal para as elites. O simples facto de passar na rua com um saco do jornal Expresso é sinonimo de estatuto social.

## APÊNDICE L

### TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL O SETUBALENSE

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
O Setubalense	N.º 830 Ano V 5.ª Série	19 de abril de 2022
	N.º 907 Ano V 5.ª Série	30 de agosto de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Setúbal (13 concelhos do distrito)	Diário	Regional
N.º de Páginas	Idioma	Preço
16	Português	0,80€
32		
Tiragem	ISNN	Tag-line
9000 (média diária)	-	O seu diário da região
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1885.	Diretor: Francisco Alves Rito Editor: Primeira Hora – Editora e Comunicação, LDA	Assinatura dos conteúdos exclusivos do site: Anual – 39€; Semestral – 22€  Assinatura dos conteúdos exclusivos do site + PDF do jornal impresso: Anual – 90€; Semestral – 50€  Assinatura dos conteúdos exclusivos do site + jornal impresso: Anual – 155€ ; Semestral – 85€

---

 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMPLEMENTARES
 

---

## Plataformas Digitais

O website apresenta uma grelha bastante simples. Numa primeira parte temos a zona da barra do menu, por cima uma barra com a indicação do dia e com um acesso rápido através de um ícone referente às redes sociais que o jornal está presente. Na barra do menu temos á esquerda a marca gráfica e de seguida os acessos a secções tais como: “Últimas” - como o nome diz, as últimas notícias do distrito; “Local” - com subsecções dos concelhos; “Sociedade” - notícias que sejam associadas de alguma forma aos concelhos; “Desporto” - notícias de desporto associadas de alguma forma aos concelhos; “Opinião” - artigos de opinião; “Empresas” - notícias sobre empresas da região; “Vídeo” - arquivos multimédia de entrevistas e conversas sobre temas e pessoas relacionadas com a região, estes vídeos estão igualmente presentes no canal de YouTube; “Dossier” que apresenta rubricas com temas e momentos especiais do jornal e da região; “Assinar” página para poderemos proceder à assinatura do jornal. A utilizar maior espaço na grelha está a notícia principal do dia e ao lado direito e em baixo notícias secundárias. Ao percorrer a página para baixo encontramos algumas das secções que estão presentes na barra de menu com acessos rápidos às notícias. Cada notícia tem a referência a que concelho pertence, bem como o dia da sua publicação e o autor. Quando selecionamos uma notícia para ler, é possível comentar, partilhar nas diversas redes sociais e observar quantas vezes a notícia foi lida no website. Numa grelha paralela à notícia existem acessos a outras notícias destacadas como “Mais Populares”.

Encontramos publicidade em todo o website, como na barra de menu e no meio dos artigos.

Tendo em conta que existe a possibilidade de assinar o conteúdo exclusivo do website, estes não têm qualquer diferenciação nem foram encontrados. É um website simples e intuitivo, mas não se sente qualquer tipo de inovação pois parece utilizar temas predefinidos.

Nas redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn existe apenas a partilha das notícias do website e a publicação da capa do jornal, no Instagram existe maior preocupação, sendo uma rede social que se destaca pela utilização da imagem, as notícias são resumidas a uma fotografia e a uma introdução, com acesso á notícia integral através de um link que redireciona á notícia no website.

## Suplementos Físicos

Não há indicação da sua existência. Para comemoração do seu 165.º aniversário produziram uma revista e um livro e no seu 166.º aniversário produziram uma revista.

---

 ELEMENTOS ESTRUTURANTES
 

---

## Formato

Tabloide

## Impressão

Cores e Preto e Branco

O jornal O Setubalense contém no verso das folhas impressas a cores, impresso a preto e branco, ou seja, quando o leitor observa um conjunto de páginas espelhadas ambas são a cores ou a preto e branco. Apesar de se compreender que esta modalidade permite a diminuição do custo de impressão, os artigos que se encontram nas páginas a preto e branco transmitem ser secundários, devido à ausência de cor principalmente nas imagens.

## Tipo de Papel

Papel Jornal

## Encadernação

Dobrado

## Grelhas e Margens

Na capa a grelha não é regular e contém 4 colunas. No interior do jornal encontramos uma grelha de 5 colunas regulares, contudo o cabeçalho do jornal não se encontra alinhado com a divisão das colunas das notícias. Devido ao seu formato ser e ser constituído por uma grelha de cinco colunas, permite a que o texto seja lido de forma rápida devido ao baixo número de palavras por linha. Grande parte do texto encontra-se justificado.

---

 ELEMENTOS GRÁFICOS
 

---

## Tipografia

Observa-se que o jornal apenas utiliza um tipo de letra neutro, da categoria das transicionais sem serifas. É utilizada no texto, nos títulos e na marca gráfica. Apresenta um espaço negativo aberto, facilitando na sua legibilidade e permitindo haver mais espaço branco na página.

## Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal Setubalense usa maioritariamente a fotografia, a cores ou a preto e branco dependendo da página onde se encontra. As fotografias não têm legenda do autor das mesmas, impossibilitando a diferenciação entre as fotografias realizadas pela equipa do jornal e as fotografias utilizadas de outras fontes, contudo tem uma indicação “DR”.

## Paleta Cromática

A paleta cromática do jornal Setubalense destaca-se na utilização do roxo e amarelo para títulos, sublinhados, olhos da matéria, cabeçalho, e outros elementos gráficos. A cor permite definir o percurso de leitura, contudo metade das páginas encontram-se a preto e branco, dificultando este processo. As cores utilizadas são também um elemento identitário devido à associação com as cores da bandeira do concelho de setúbal.

### Marca Gráfica

A marca gráfica é constituída pelo caracter “S” em maiúscula com uma fonte ou estilo diferentes do seu nome “O SETUBALENSE” que se encontra por baixo, complementado com “Desde 1855” sobre o nome. É visível a semelhança com a identidade do jornal Público, no qual Sónia Matos é diretora de arte e foi uma das responsáveis pelo

redesign do jornal Setubalense, que também se apresenta com apenas um caracter “P”. Para além disto, as cores que apresenta na marca gráfica, como no resto do jornal, são representativas da bandeira do concelho de setúbal. Na marca gráfica apresenta ainda um elemento: as ondas, presente também ao longo do jornal, pois é uma região que vive do mar/rio, da atividade piscatória, tem muitas praias consagradas, um dos pratos mais conhecidos é choco frito.

## CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO

### Objetivos e Valores

Segundo o seu estatuto editorial, o jornal O Setubalense diz ser “independente dos poderes político, religioso e económico”(Estatuto Editorial, [s.d.]), defende o rigor, a isenção, a imparcialidade, os princípios éticos do jornalismo e a liberdade de expressão, tanto dos redatores como dos leitores. Quer trazer o melhor jornalismo de informação e opinião toda a população do distrito de setúbal.

### Promoção

O jornal O Setubalense é principalmente conhecido no distrito de setúbal e por ser um jornal regional, grande parte da sua promoção é feita boca a boca. Ainda assim utilizam as redes sociais como um meio de promoção e de complementaridade ao objeto impresso.

### Prémios

Não há indicação.

### Relação com o local e com o público-alvo

O jornal Setubalense tornou-se num símbolo histórico para região de setúbal, todo o seu percurso foi feito de altos e baixos, mas sempre com foco na liberdade de expressão e na divulgação de informação. Tornou-se parte da identidade de Setúbal, mostrando nas suas edições temas do quotidiano do país, do mundo, mas principalmente das regiões que alberga, valoriza a crítica e a opinião, passando os seus valores e despertando no leitor curiosidade e um sentido analítico.

A utilização do elemento gráfico em forma de onda, simboliza a cultura do distrito de setúbal muito ligada à água, banhado pelo rio tejo e pelo oceano atlântico, com reconhecimento da sua alta atividade piscatória e no seu prato tradicional o choco frito. As utilizações das cores do jornal remetem à cor da bandeira e brasão do concelho de setúbal.

## APÊNDICE M

### TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL DE LEIRIA

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
Jornal de Leiria	N.º 1978 Ano XXXV	09 de junho de 2022
	N.º 1980 Ano XXXV	23 de junho de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Leiria	Semanal (quinta-feira)	Regional
N.º de Páginas	Idioma	Preço
40	Português	1,20€
36		
Tiragem	ISNN	Tag-line
15 000 (média de março e maio)	-	-
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1984.	Diretor: Francisco Pedro	Assinatura digital: Semestral – 10€; Anual – 20€
		Assinatura papel e digital: Semestral – 20€ ; Anual – 40€

---

 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMPLEMENTARES
 

---

## Plataformas Digitais

O Jornal de Leiria tem como meios de comunicação o seu website, Facebook, Twitter, Instagram e Youtube.

No seu website apresenta um cabeçalho bastante simplificado com a indicação da data, dos contactos, do espaço “Leitores” dedicado à publicação de comentários de temáticas gerais por parte dos leitores do jornal, contactos, o acesso às redes sociais, assinatura e login. De seguida, apresenta uma barra onde apenas está presente a marca gráfica do jornal. Após isto, utilizando toda a largura da homepage, está uma imagem com o título do artigo principal do dia, indicando a sua temática e a data. Só depois é que aparece uma barra com o local de pesquisa, um ícone com o menu geral e referênciação das secções de maior interesse, como Covid-19, Abertura, Entrevista, Sociedade, entre outros. Nesta barra denota-se que os elementos não estão alinhados nem seguem uma grelha. Na restante homepage e, logo após a barra referida anteriormente, está a repetição do artigo principal do dia. Nesta zona temos também disposto a capa do jornal do dia, que para ter acesso ao e-paper da edição é necessário subscrever. Na restante homepage observa-se a indicação de artigos recentes das mais variadas temáticas, não estando seccionados. Quando seleccionamos um artigo para ler, a página é bastante simplificada apenas com o texto e com uma imagem a utilizar a largura total, tal como na homepage. No final da página, sugere outros artigos com temáticas semelhantes ou que estejam na ordem do dia.

As restantes plataformas digitais contribuem para a difusão dos conteúdos do website bem como para a disseminação do jornal digital e impresso. No Facebook e no Twitter os lei-

tores conseguem aceder diretamente à página do artigo através de um link, enquanto no Instagram para os leitores lerem o conteúdo sobre o artigo da publicação têm de ir a um link na descrição da página de Instagram. O Youtube é uma plataforma com conteúdos audiovisuais como entrevistas e reportagens.

## Suplementos Físicos

O jornal de Leiria publica de forma irregular suplementos sobre variados temas, como por exemplo, os concelhos de Leiria, saúde e bem-estar, mercado automóvel, ambiente, economia, entre outros.

Pelo que é possível observar que estes suplementos nada têm a ver com o design que o jornal possui.

## ELEMENTOS ESTRUTURANTES

## Formato

Tabloide

## Impressão

Cores

## Tipo de Papel

Papel Jornal

## Encadernação

Dobrado

## Grelhas e Margens

É utilizada uma grelha composta por 10 colunas, permitindo maior flexibilidade na colocação do conteúdo na página, como é no caso das secções iniciais do jornal, na secção de opinião. As margens com dois centímetros na zona superior e inferior e dois centímetros e meio na zona externa, permitem adicionar espaço branco e a que a página respire, enquanto a margem interna de um centímetro permite a que o percurso de leitura do artigo, muitas vezes de duas páginas espelhadas, não seja interrompido.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

## Tipografia

Não foi possível apurar qual o tipo de letra que o jornal de Leiria, mas sabe-se que é um tipo de letra serifados da família das egípcias. Ao longo do jornal não se detetaram outros tipos de letra, tendo utilizado os estilos do tipo de letra serifado de modo a criar hierarquias e a definir diferentes funções. Apresenta um espaço negativo aberto, facilitando na sua legibilidade e permitindo haver mais espaço branco na página.

## Paleta Cromática

A paleta cromática do jornal de Leiria tem como cor principal o azul-escuro, utilizado na sua marca gráfica, e como cor complementar o bordo. Além destas, utiliza a cor rosa para a diferenciação das secções posteriores.

## Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal de Leiria usa maioritariamente a fotografia a cores. As fotografias têm legenda e indicam o autor das mesmas.

## Marca Gráfica

A marca gráfica do jornal de Leiria destaca-se pela palavra “Jornal”, utilizando o resto do seu nome “de Leiria” em tamanho bastante mais reduzido por baixo. Esta utiliza uma fonte serifas egípcia na cor preto acompanhada com uma barra a azul por baixo. Além de ter pouco espaço no seu cabeçalho por vir acompanhada no lado direito com as informações técnicas do jornal, como a data, diretores, preço, entre outros, e pela colocação de publicidade, a marca quando é observada ao longe apenas se lê a palavra Jornal, dificultando o seu reconhecimento.

---

## CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO

---

### Objetivos e Valores

O Jornal de Leiria nasceu da vontade de um grupo de alunos do secundário de “abordar, com espírito de ruptura o passado e com o intuito de dar uma nova perspectiva ao jornalismo de proximidade.” (Jornal de Leiria, [s.d.]). Pretende, por isso, apelar à liberdade de expressão e da imprensa e ser independente e isenta de qualquer tipo de poder políticos, entre outros.

### Promoção

O Jornal de Leiria é principalmente conhecido no distrito de setúbal e por ser um jornal regional, grande parte da sua promoção é feita boca a boca. Ainda assim utilizam as redes sociais como um meio de promoção e de complementaridade ao objeto impresso.

### Prémios

O Jornal de Leiria foi premiado pelo SND como o melhor design de jornal da Espanha e Portugal no ano de 2012 e 2013, ficou em segundo lugar no ano de 2014 e em terceiro lugar no ano de 2013.

### Relação com o local e com o público-alvo

O jornal por ser direcionado para uma dada região e para a sua população cria uma relação de proximidade. Dentro do jornal também existem formas de a população ser uma parte integrante através do contributo do conteúdo.

# APÊNDICE N

## TABELA DE ANÁLISE DO JORNAL EL PERIÓDICO EXTREMADURA

DESCRIÇÃO		
INFORMAÇÕES DE CATALOGAÇÃO		
Nome	N.º da Edição	Data da Edição
El periódico extremadura	N.º 32 637 Ano XCIX	30 de junho de 2022
	N.º 32 672 Ano XCIX	04 de agosto de 2022
Local de Edição	Periodicidade	Abrangência
Cáceres	Diário	Regional
N.º de Páginas	Idioma	Preço
48	Espanhol	1,70€ (dias uteis)
48		2€ (sábado)
		2,70€ (domingo)
Tiragem	ISNN	Tag-line
-	-	-
Atividade	Autores	Assinaturas
Ativo desde 1923.	Diretor: Antonio Cid de Rivera	Assinatura digital: Edição única – 0,99€; Mensal – 22,99€; Trimestral – 139,99€; Anual – 269,99€
		Assinatura papel: Mensal – 57,20€; Trimestral – 171,60€; Semestral – 686,40€

---

 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMPLEMENTARES
 

---

## Plataformas Digitais

O jornal El Periódico de Extremadura tem como plataformas digitais um website, Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn.

Ao entrarmos na página web do jornal El Periódico Extremadura deparamo-nos com um cabeçalho bastante simples e direto. Neste apresenta no seu topo uma barra com as secções de maior interesse, bem como, o acesso ao menu com mais opções de navegação, a zona de pesquisa e login e um acesso ao Kiosco, que permite adquirir o jornal em e-paper e fazer uma subscrição. Após esta barra apresenta uma barra com apenas a marca gráfica centrada e com bastante espaço branco à sua volta, dando ainda mais destaque. No topo da homepage apresenta-nos os artigos principais, onde um destes utiliza maior espaço na grelha e onde os seus elementos são maiores, criando uma escala de importância e hierarquia. Ao longo da homepage temos acessos os outros artigos sobre diferentes temáticas e organizados por secções, contudo, devido à extrema simplicidade, nem sempre é perceptível essa divisão. Ainda na homepage, os artigos para além de indicarem o título, indicam a secção à qual pertencem, por vezes um lead, e o nome do autor. No website também disponibiliza artigos exclusivos fazendo essa indicação. Quando abrimos um artigo, o seu layout mantém-se bastante simplificado, contudo denota-se que a página apresenta um elevado número de publicidades ao redor do mesmo, distraindo o leitor do conteúdo.

Nas restantes plataformas digitais, estas permitem disseminar o jornal digital. Tanto no Facebook, como no LinkedIn e no Twitter a difusão dos conteúdos do website é realizada

através de um link onde o leitor é redirecionado diretamente para o website. No Instagram o acesso não é tão direto, pois ao ler a publicação tem depois de aceder a um link disponível na descrição da página do Instagram do jornal.

## Suplementos Físicos

O jornal El Periódico Extremadura insere-se num grupo de media, Prensa Ibérica, que possui um variado leque de jornais, que por sua vez, muitos destes apresentam o mesmo nome, mas abrangem outras regiões de Espanha, como por exemplo, o El Periodico de Aragón, El Periódico de Catalunya, entre outros. Sendo que estes jornais, apesar de serem considerados regionais, apresentam suplementos que permitem especificar um determinado local, no caso do jornal El Periódico Extremadura publica os suplementos: La Crónica de Almendralejo, La Crónica de la Nueva Ciudad, La Crónica de Badajoz e La Crónica de Plasencia.

Estes suplementos são idênticos, bem como os jornais El Periódico, alterando apenas o conteúdo textual.

Ainda assim, o El Periódico Extremadura contém o suplemento Neo Motor, sobre o mercado automóvel, publicado com a edição de sábado, e os suplementos Pasatiempos, com jogos de sopa de letras e palavras cruzadas por exemplo, e Mas Periódico, que aborda conteúdos semanalmente ao domingo com artigos mais profundos sobre acontecimentos publicados na semana anterior.

---

 ELEMENTOS ESTRUTURANTES
 

---

## Formato

Tabloide

## Tipo de Papel

Papel Jornal

## Impressão

Cores e Preto e Branco

## Encadernação

Dobrado

O jornal El Periódico Extremadura contem de forma alternada folhas impressas frente e verso a preto e branco, ou seja, quando o leitor observa um conjunto de páginas espelhadas, uma das páginas encontra-se a cores e a outra a preto e branco, dificultando o percurso de leitura, principalmente quando um só artigo utiliza ambas as páginas. Contudo, esta impressão permite a diminuição do custo de impressão.

## Grelhas e Margens

O jornal El Periódico Extremadura utiliza maioritariamente uma grelha de cinco colunas regular. Ainda assim apresenta variações da grelha, como por exemplo de quatro colunas irregular. Todas as margens possuem dois centímetros, o que na leitura de um artigo que ocupa duas páginas espelhadas, dificulta a sua continuidade.

---

 ELEMENTOS GRÁFICOS
 

---

## Tipografia

Não foi possível apurar quais os tipos de letra que o jornal El Periódico utiliza. Utiliza um tipo de letra serifado na mancha de texto e nos restantes elementos, como os leads, legendas, títulos, entre outros um tipo de letra sem serifa. mas sabe-se que é um tipo de letra serifados da família das egípcias. Utiliza os diferentes estilos do tipo de letra de modo a criar hierarquia e a definir funções. No corpo de texto, o tipo de letra serifado apresenta um espaço negativo aberto, facilitando na sua legibilidade e permitindo haver mais espaço branco na página.

## Imagem (infografia, ilustração, fotografia)

O jornal El Periódico usa maioritariamente a fotografia a cores. Nem todas as fotografias apresentam a indicação do autor das mesmas.

## Marca Gráfica

A marca gráfica do jornal El Periódico é bastante simples, não só por utilizar um tipo de letra sem serifa este não tem qualquer símbolo associado, apenas a sua cor verde criando uma barra no topo da página.

## Paleta Cromática

A paleta cromática do jornal El Periódico Extremadura destaca-se na utilização do verde, cor principal, e o bordô, cor secundária, em detalhes, como em filetes, antetítulos, entre outros.

---

**CONTEXTO E INTERPRETAÇÃO**

---

**Objetivos e Valores**

O jornal El Periódico é um jornal regional de Espanha que abrange a zona da Extremadura. Este pertence à Prensa Ibérica Media na qual gere grande parte dos jornais regionais de Espanha, sendo que existem jornais El Periódico de outras regiões de Espanha como é o caso do El Periódico de Aragón. Estes jornais pretendem apresentar informações rigorosas e imparciais e defendem o jornalismo livre e a proximidade com a população.

**Promoção**

O jornal El Periódico grande parte da sua promoção é feita boca a boca. Ainda assim utilizam as redes sociais como um meio de promoção e de complementaridade ao objeto impresso.

**Prémios**

Não existe referência da sua existência.

**Relação com o local e com o público-alvo**

O jornal por ser direcionado para uma dada região e para a sua população cria uma relação de proximidade.

## APÊNDICE O

### AVALIAÇÃO DE MARCO GRIECO

**Nome do avaliador:** Marco Grieco

**Profissão atual:** Diretor de Arte do Jornal Expresso

**Tipo de entrevista:** Via e-mail

**Tempo de entrevista:** -

**Data da entrevista:** 05.01.2023

**E-mail:** MGrieco@expresso.impresa.pt

Olá Maria João,

Numa primeira vista de olhos, gosto bastante da tua proposta.

Gosto da paleta de cores e dos apontamentos que tens a destacar alguns elementos das páginas.

Interessante o fio que estás a utilizar no topo das fotos principais!

Quanto às fontes, sinto falta de haver um jogo entre títulos sem-serifa com títulos serifados. Acredito que esta hipótese de diferenciar ajudaria a criar mais hierarquia dentro das páginas.

Nos cabeçalhos/foglios das páginas interiores, teria utilizado o nome do jornal em Caixas Altas, como tens no logótipo da Primeira Página.

Parabéns!!! Espero que corra tudo bem na apresentação da tese!

Cumprimentos,

MG

## APÊNDICE P

### AVALIAÇÃO DE SÓNIA MATOS

**Nome do avaliador:** Sónia Matos

**Profissão atual:** Diretora de Arte do Jornal Público

**Tipo de entrevista:** Presencial

**Tempo de entrevista:** 60 min

**Data da entrevista:** 04.01.2023

**E-mail:** Sonia.M.Matos@publico.pt

No geral já conseguias por o jornal na rua. Agora vou-te dizer pequenas coisas que eu faria para ires um pouco mais longe. Tu tens aqui coisas muito giras. Isto é um detalhe com muita graça (bolas a laranja). E o que é que isto é? Que também como é que eu vejo isto? Isto acaba um bocadinho por funcionar como um elemento que pode ser a base da identidade visual do teu jornal e que tu foste usando aqui em várias situações. Eu iria um bocadinho mais longe e a trabalhar em algumas da sinalética que tu usaste aqui. Portanto eu reparei que tu vais usando a tua bolinha, certo?

**Exatamente.**

Pronto. Mas temos de assumir aquela bola mesmo como uma coisa, ou seja, como algo que faz mesmo parte de identidade. Qual é que é o ponto? Como tu comesças a usar em vários tamanhos, tu acabas por lhe dar aqui alguma, não normalidade, mas acaba por banalizar. E há sítios onde tu não precisas dela, portanto íamos usá-la onde ela pode realmente fazer a diferença e onde ele começa a associar aquele elemento gráfico como algo que te identifica e como faz parte deste projeto. Porque aqui na questão do fólio na indicação da secção, se tu olhares para aqui o contraste de tamanhos faz todo o sentido para definir quando é o início e quando não é. Só que depois há um grande desfasamento entre o tamanho de ambas. A da tua data acaba por se destacar. Portanto, isto (secção) que eu diria que é mais relevante, talvez que isto (a data) acaba por ficar aqui um pouco “escondido” em relação a tudo o resto.

Portanto tens de trabalhar aqui melhor os tamanhos. O que é que tu tens e que também deveria ser resolvido. Quando vemos a indicação da secção maior com o número da página, parece-me desequilibrado, portanto tu tens de arranjar uma forma de trabalhar o teu número de página que se calhar tu podes passar para o a margem interna.

### **Não fica confuso o número de página no interior?**

Vamos ver aqui um exemplo. Neste caso aqui que tu tens o número de página no exterior, tens a data no interior... Eu diria que se tu quiseses manter o número de página por fora... Portanto, aquilo que tu podes fazer é uma vez que tens um filete, nada te impede que imaginem isto vai para cima (página, data e nome do jornal) do filete e a secção fica encostada à esquerda.

### **Ok, também é uma hipótese.**

E o que é que isso te permite, tu podes abrir mão desta pintinha aqui, ok?

### **Ok, estou a entender.**

Outra coisa que eu faria era tu tens nomes de rubricas e títulos. Só que eu não vejo qual é que é a diferença entre eles. Ou seja, no momento imediato eu não sei. Tu tens de arranjar uma forma de distinguir aquilo que é nome de rubrica daquilo que é um título. Podes fazê-lo de diferentes formas. Podes pôr o título numa versão a light, por exemplo. Podes pôr outra cor, quer dizer não podes porque depois confunde com o nome da secção a laranja. Mas se calhar se puseres o preto mais fino assim de modo que eu não confunda, pois só tens a tua outra preocupação. Olha, até te digo, até podes usar a tua bolinha para dizer que é uma rubrica... Estava a tentar pensar, mas depois, se calhar repete muito, não. Eu faria só então o fino. Mas isto faz aqui falta qualquer coisa e isto devia ter aqui uma diferenciação. Eu experimentava o light.

O que tu tens aqui que se possa agarrar. Estás a ver este picotado (na marca gráfica)? Tu podias criar este picotado por baixo, como um sublinhado ou por cima, algo do género. Tens de arranjar aqui qualquer coisa para introduzir aqui. Outra coisa que tu podias fazer era só a forma da bola com isto, mas eu também não tenho a certeza depois se ficaria bem. Tenho medo.

#### **Pois fica estranho.**

Tem é que se perceber que é uma rubrica. Outra coisa que eu tenho aqui alguma dúvida é a tua capitular ser uma serifada, porque o único sítio onde tu estás serifada é na capitular, nas secções e nos leads. Pois tens aqui, que esta relação está correta. Outra coisa, tens de colocar elementos, estes têm de ser mesmo essenciais. Quando tu comesças a ter muitos um, eles perdem o seu valor. Eu tirava. Tu não precisas da bolinha aqui, ok?

#### **Nas legendas.**

Eu não colocava. Agora esta bola, tu queres pô-la aqui para relacionares com o logo, não é?

#### **E não só, era também para dividir a temática com o início da lead.**

O que eu faria era: eu não usava esta bola aqui e punha isto (temática) em vez de preto em laranja. E esta bola usaria onde tu tens esta seta (nos destaques).

#### **A seta também serve para definir se o destaque é positivo ou negativo.**

E para o que é que é esta coisa do positivo de negativo? Quem é que faz essa avaliação?

#### **É o jornalista.**

Eu pensava que era grafismo. Nunca pensei se era para cima, para baixo. Conseguia imaginar aqui a bolinha.

**E depois não fica estranho colocar aí uma bola, fica repetitivo se calhar.**

É que isto aqui (bola no final do texto do artigo) tem uma função, é um trinco, O texto acabou.

**Exatamente.**

Isto aqui tem uma função. O texto vem de trás. Outra coisa que eu faria era eu substituía isto (linhas nos autores) por aquele pontilhado.

**Exatamente, estava mesmo a pensar nisso.**

E cria uma ligação e não punha na vertical, eu punha o mesmo na horizontal.

**Hmmm, pois tenho de experimentar.**

Depois tu escolhes ou metes em cima... Se calhar em cima. Porque vais ligar ao logo. Ou seja, tu tens dois elementos gráficos, tu podes ir buscar aqui (marca gráfica) tens a tua forma (círculo) e tens isto exatamente (pontilhado na chaminé). Ok? E tu podes ir fazendo a relação destes elementos com as coisas. E dá-te riqueza gráfica, tem uma funcionalidade e faz com que tudo isto tenha uma unidade. Mas acho que as setas, estás a exigir mais das pessoas (risos).

(Risos) **Ok, ok, estou a entender.**

Isto são as assinaturas dos autores das fotografias... Tens de tentar diferenciar melhor da legenda da imagem. Ou metes a preto, por exemplo. E cada foto define só um autor. E experimenta colocar a assinatura na vertical de lado na imagem.

**Pois, não sei...**

Pronto, ou fazes talvez sempre de fora da foto. E não sei se não aumentava o corpo da legenda um pouco mais. Isto está a quanto?

**Está a 8.**

Pois se calhar isto aguenta mais meio ponto e a assinatura aguenta 5/6. Vê lá se a relação entre o corpo e a entrelinha está correta. Se não está com uma entrelinha demasiado grande. Dá-me ideia que isto está demais. Por sistema, varia de tipografia para tipografia, mas imagina o corpo dez entrelinhas doze.

**Sim, exato.**

Mas estou a achar que está muito aberto. Tens isto na baseline? Não ponhas!

**Sim está tudo na baseline.**

Espera aí, vou buscar o computador para te mostrar um exemplo.

**Se eu também diminuir muito depois fica muito encavalitado.**

Queria mostrar-te aqui a cena do alinhar ou não alinhar os títulos. O texto é absolutamente indiscutível. O nosso, aqui no Público até trabalhamos com uma grelha dupla. Que é para termos duas linhas de referência. Portanto, nós valorizamos mesmo os alinhamentos. Nós temos a baseline onde o texto assenta e depois ainda temos outra guia que é esta verde, que é onde assenta a cabeça da fonte. E para que é que isso serve? Porque depois quando temos estas caixas, estás a ver? Para isto alinhar exatamente ali, que é para depois acertar aqui exatamente. Estás a ver o alinhamento fica ali e o texto sempre alinhado à nossa linha.

**Que interessante.**

Fica tudo alinhado. O que é essencial é o teu texto estar ajustado à base da linha, isso sim é para que sirva a baseline. É como é, como eu te estava a dizer. Nós levamos a grelha muito a sério, mas também sabemos que há coisas que não podem estar na grelha porque senão elas não iam ficar harmoniosas. Depois a nossa preocupação é que as distâncias entre as coisas estejam corretas.

**Pois eu tive esse problema quando eu comecei a fazer o jornal, tive de procurar tamanhos no tipo de letra que alinhassem todos corretamente aos elementos e que estivessem na baseline.**

Pois, se tu fizeres o teu grafismo com este colete de forças, não é? É muito mais difícil, não é? Porque tu tens de estar sempre a compensar valores que é para isto bater certo.

**Então e como é que se define essa segunda baseline, essa segunda grid?**

A segunda grid é feita à mão. Como é que tu fazes? Aqui são as guias que eu ponho à mão e a baseline grid são as azuis. Estas, por defeito de sistema, são aquelas que tu dás o valor para ficar com a entrelinha, certo? As outras são feitas à mão, ou seja, e como é que eu as faço? Quando tu defines qual é que é a tua fonte para o texto, pões pela altura-x e depois duplicas.

**Ok, tenho que testar.**

Depois dá-te muito mais liberdade. Mesmo assim fizeste um trabalho ótimo. Portanto, tu deves ter andado à procura dos tamanhos para isto ficar em equilíbrio e para estares a ajustar à base da linha.

**Exatamente. Exatamente, foi mesmo isso.**

Pronto para a próxima já sabes.

**Para a próxima já sei.**

Apesar de tudo funcionou lindamente deves ter perdido horas nisto.

**Só um bocadinho.**

Pois, imagino. Pronto, aqui são as mesmas coisas que já falámos. Qual é que é o critério aqui? Porque é que tu tens esta assim? Tinhas pouco texto?

**Exatamente. Pouco texto.**

Porque depois tu acabas por ter estas duas fotos enormes. Eu tentava reordenar ou trocar as imagens.

**Ok, ok.**

E isto acaba por ser visual, é um bocadinho como aquele trabalho que tu fizeste a arrancar em que puxaste por aquele laranja. Dá-te logo aquele impacto, tu ficas assim tipo “Wow, o que é isto?” E tu podes fazer aqui mesmo com isto.

**Ok. Dar mais destaque ao mapa.**

A publicidade também é gira. Nesta página é daqueles casos em que tu, por exemplo, podias arriscar em meter o título dentro da foto. Porque eu não associo esta imagem ao artigo da página seguinte.

**Eu testei.**

Não gostaste?

**Não.**

Podias fazer, imagina, deslocavas a foto para aqui, de repente este destaque passava pra aqui, isto fica aqui e isto chega para aqui, pois arranjias forma de roubar uma destas imagens.

**Era uma hipótese.**

E funciona.

**Por basicamente a imagem no meio.**

Sim. Vens só cá roubar uma coluna, na verdade ela nem fica bem no meio.

**Ok. Não sei é se não fica muito estranho uma imagem assim tão grande só meio.**

Ela na verdade, não fica bem, no meio. Ela só fica uma coluna no meio e nessa coluna colocas o destaque e a legenda.

**Assim não fica estranho começar aqui uma coluna branca com a legenda logo?**

Não. Eu diria que não. Não deixa de ser informação. Não sei se tu, nas tuas opiniões, não podias por o texto alinhado à esquerda ou qualquer coisa para ser mesmo diferente dos outros artigos. As rubricas com autores, já não punha alinhado à esquerda. Se calhar aqui nas rubricas com autor o título não devia ser tão carregado. Ou devia ser o mais light ou mais gordo. Tens de ver aqui melhor as hierarquias, mas eu acho que quando tudo deixares estar condicionada com baseline grid, já ficas tão aflita, na gestão do tempo.

**Pronto. Está feito, muito obrigada.**

O prazer foi todo meu. Espero ter ajudado.

## APÊNDICE Q

### PÁGINAS DO JORNAL *VILA RAIANA*



# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO

Diretor: **António Nunes** • Diretor -Adjunto: José Santana • Periodicidade: Mensal • **Jornal do Concelho de Mourão** • [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) • DEZEMBRO 2022 • N.º 12 • 2,50€

## Mourão é o concelho que mais sofre com a seca no país



**AMBIENTE** ● Segundo os especialistas, o concelho de Mourão é o concelho do país que tem tido ao longo dos anos um agravamento das suas condições climáticas, tendo um prolongamento dos seus períodos de seca extrema e seca severa. MOURÃO — Página 4

### MOURÃO

**A criação de touros bravos em Mourão**

Página 10

### LUZ E GRANJA

**Balcões SNS 24 na Aldeia da Luz e Granja**

Página 14

### ALENTEJO

**Évora, a Capital Europeia da Cultura 2027**

Página 21

### ALENTEJO

**Évora perdeu mais de 14 mil pessoas**

Página 25

### SABERES DA TERRA

**Herança árabe - Chaminé Mourisca**

Página 25

# ABERTURA

## Dados Demográficos

### Nascimentos, casamentos e falecimentos



#### Bemvindo

**FRANCISCO SANTANA**  
14/11/2022  
Filho de Sandra Santos  
e Pedro Santana



#### Bemvindo

**DIOGO MIGUEL PIRIQUITO**  
20/11/2022  
Filho de Mariana Nogueira  
e José Piriquito



#### Bemvindo

**SOFIA ALEXANDRA CARVALHO**  
22/11/2022  
Filho de Laura Neves  
e Carlos Miguel Carvalho



#### Parabéns

**SARA QUEIRÓS  
E SAMUEL FREITAS**  
08/11/2022



#### Parabéns

**ANA CRISTINA CASACA  
E FILIPE CONCEIÇÃO**  
12/11/2022



#### Parabéns

**SUSANA SANTOS  
E DIOGO JORDÃO**  
23/11/2022



#### Pêsames

**JOAQUIM SIMÕES**  
20/06/1935 — 14/11/2022  
Residente em Sintra  
87 anos



#### Pêsames

**ISABEL MARIA SAMPAIO**  
28/04/1937 — 20/11/2022  
Residente na Granja  
85 anos



#### Pêsames

**ALEXANDRA MOREIRA**  
18/01/1930 — 28/11/2022  
Residente no Montijo  
92 anos

Se deseja anunciar nascimentos, casamentos e/ou falecimentos, por favor envie para o seguinte e-mail [redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt) com a indicação "Dados Demográficos" no título do e-mail ou ligue para 266 787 364, referindo as seguintes informações: nome(s), data(s), local de residência (do falecido), idade (do falecido), fotografia (opcional).

## Mensagens de saudade

A toda a minha família, um abraço apertado e um pedido de desculpas. A falta que sinto em estar por perto e a dor que vos causo por vezes também custa enfrentar levando-me a afastar ainda mais. A falta de trabalho e as dificuldades que passei levaram-me a sair e procurar mais e melhor, mas só me levou ao afastamento de quem sou, das minhas raízes e da minha família a quem muito devo. Muitas das saudades do campo, das nossas paisagens, da nossa comida. Até breve, um abraço a todos.

**JOAQUIM MARIA RAMOS**  
58 anos  
França

Não estamos longe, vivemos em Lisboa, mas já não temos idade nem capacidade de visitar novamente Mourão. Já não temos família nem ninguém que nos permita voltar. Sentimos saudades das paisagens, do ar puro e do calor no verão, ainda assim sinto-nos perto através do VILA RAIANA, que a cada início de mês que se apresenta na nossa caixa de correio, o sorriso da nossa cara aparece. Agradecemos muito por este jornal existir, é sem dúvida um aconchego aos nossos corações. Um beijinho.

**LAURA ESPADEIRO**  
47 anos  
Lisboa

De Luxemburgo mandamos os nossos abraços para a família e para os nossos amigos. Saudades dos avós António e Carla, que são a nossa casa em Mourão. Os seus netos estão muitos entusiasmados em ir ai nas férias comer os seus cozinhados. Aqui bem tentamos refazer mas em nada tem igual.

**FERNANDA CASTRO**  
43 anos  
Luxemburgo

Um beijo e um abraço a todos da terra que a cada natal e verão que lá vou já ninguém se recorda de mim, é normal, os tempos mudam e as gerações também. Apesar disso, Mourão acolhe-me sempre com muito amor. Beijinhos para a minha mãe Antónia Fernandes e para meu pai João Roque, que muita gente conhece como o Papa Tocinho.

**CATARINA ROQUE**  
48 Anos  
Suiça

Se tem interesse em mandar a sua mensagem, por favor envie para o seguinte e-mail [redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt) com um total máximo de 500 caracteres, com a indicação "Mensagens de Saudade" no título do e-mail, nome, idade e local de residência ou ligue para 266 787 364.



**Fundador**  
José Maria Rebelo  
[josemrebelo@vilaraiana.pt](mailto:josemrebelo@vilaraiana.pt)

**Diretor**  
António Nunes  
[antonionunes@vilaraiana.pt](mailto:antonionunes@vilaraiana.pt)

**Diretor-adjunto**  
José Santana  
[josesantanta@vilaraiana.pt](mailto:josesantanta@vilaraiana.pt)

**Chefe de Redação**  
Marina Sousa  
[marinasousa@vilaraiana.pt](mailto:marinasousa@vilaraiana.pt)

**Colaboradores**  
Carlos Ferreira  
Lucília Oliveira  
Sara Vieira  
Joaquina Jordão  
Jorge Mendonça  
Salvador Carreira  
Carla Espadeiro

**Departamento Comercial**  
Aida Moreira  
[aidamoreira@vilaraiana.pt](mailto:aidamoreira@vilaraiana.pt)  
[publicidade@vilaraiana.pt](mailto:publicidade@vilaraiana.pt)

**Gestores de Cliente**  
João Agrela  
Margarida Cordeiro  
Maria do Carmo Rebelo  
Paula Silva

**Departamento Gráfico**  
Maria João Nunes  
Joaquim Gomes

**Impressão**  
Unipress Centro Gráfico, Lda.  
Travesa Carlos Fonseca 220  
7005-223 Évora

**Distribuição**  
Vasp  
Quinta do Grajal - Venda Seca, Aigualva-Cacém

**Tiragem**  
5000 exemplares por edição  
(Tiragem Média)

**Periodicidade**  
Mensal

**Sede do editor e redação**  
Rua Comissão de Iniciativa, 2-A, Jardim Municipal,  
Loja 31A - 3.º andar,  
7005-098 Évora  
Telefone: 266 586 609  
[redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt)

**Propriedade**  
Empresa Jornalística Vila Raiana, Lda.

**Contribuinte**  
500 898 764

**Depósito Legal 44764-94**  
ERC n.º 100 514

**Capital Social**  
150 000€

**Estatuto editorial**  
[www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt)

**Gerência**  
José Maria Rebelo  
Joaquim Paulo Correia  
Joana Joaquim Seixas  
Maria Domingos

**Membro da**  
Associação Portuguesa de Imprensa

#### FALE CONNOSCO

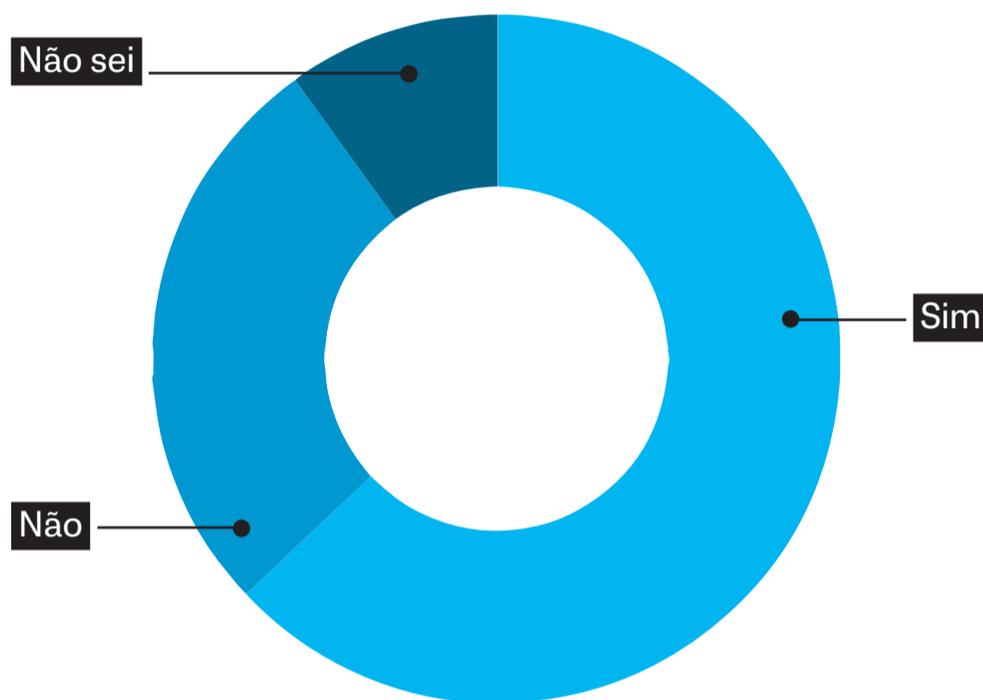
Rua Comissão de Iniciativa, 2-A, Jardim Municipal,  
Loja 31A - 3.º andar,  
7005-098 Mourão  
Telefone: 266 586 609  
[redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt)

As cartas enviadas para a publicação devem sempre incluir o nome, localidade, número do documento identificativo, contacto telefónico do autor. O VILA RAIANA reserva-se no direito de selecionar e reduzir eventualmente os originais.

**Assinaturas**  
Para informações sobre as assinaturas do jornal contacte-nos ou visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).  
Telefone: 266 785 231  
[assinaturas@vilaraiana.pt](mailto:assinaturas@vilaraiana.pt)

## A questão do mês

Considera que o Município de Mourão não promove corretamente os eventos do concelho para as regiões circundantes?



Os resultados apurados não têm qualquer valor científico, não correspondendo a qualquer sondagem ou estudo de opinião, ilustrando apenas a preferência de quem respondeu à nossa questão no site do VILA RAIANA ou na nossa sede de forma presencial. Para responder todos os meses a uma pergunta consulte: [www.vilaraiana.pt/questadomes](http://www.vilaraiana.pt/questadomes). Se quiser propor alguma questão, por favor envie para o nosso e-mail [redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt) com o título do e-mail "Questão do mês".

## A recordação do mês



A antiga aldeia da Luz, antes de ficar submersa em 2002. ©ALINA MARIA SOUSA

## EDITORIAL

# Turismo perde peso ou é apenas impressão?



ANTÓNIO NUNES

Diretor

[direcao@vilaraiana.pt](mailto:direcao@vilaraiana.pt)

O setor do Turismo tem sido em Portugal, e no Alentejo em particular, uma âncora de desenvolvimento que fez a diferença nas últimas décadas. Os próximos tempos são mais de incerteza e o próximo Governo de António Costa não desfaz essas dúvidas, antes pelo contrário.

Nos últimos anos criaram-se muitas unidades hoteleiras de referência, registou-se um 'boom' de outras pequenas e médias guest-house, hostels e muito alojamento local. Mas não surgiram do nada. O território do Alentejo ganhou dimensão nacional e internacional e foi, paulatinamente, ganhando nichos de mercado.

Portanto, o crescendo de oferta quase que acompanhou a procura. Digo quase, porque ainda falta muito para se atingir o necessário equilíbrio. Esta notória corrida não arrancou ao acaso. As regiões e as agências de turismo do Alentejo, mais tarde a Entidade Regional de Turismo, lançaram estratégias, planearam, apoiaram empresários e empreendimentos, venderam a marca cá dentro

e lá fora. E, finalmente, o Governo, foi também o grande impulsionador desta grande e decisiva viragem.

Esperava-se, portanto, que o novo Governo pelo menos mantivesse o Turismo num patamar superior no que toca à sua estratégia de desenvolvimento, e apostasse ainda mais forte neste cluster que, para além do mais, arrecada divisas e ajuda nas exportações. Isto é: que a orgânica do novo Governo refletisse essa intenção, mantendo o turismo alavancado numa secretaria de Estado. Os mais otimistas esperavam, até, que o setor ganhasse um ministério. Esse designio caiu por terra.

Antes pelo contrário, o primeiro ministro deu um sinal contrário, ao incluir o Turismo na pasta do Comércio e dos Serviços. Não é nada bom.

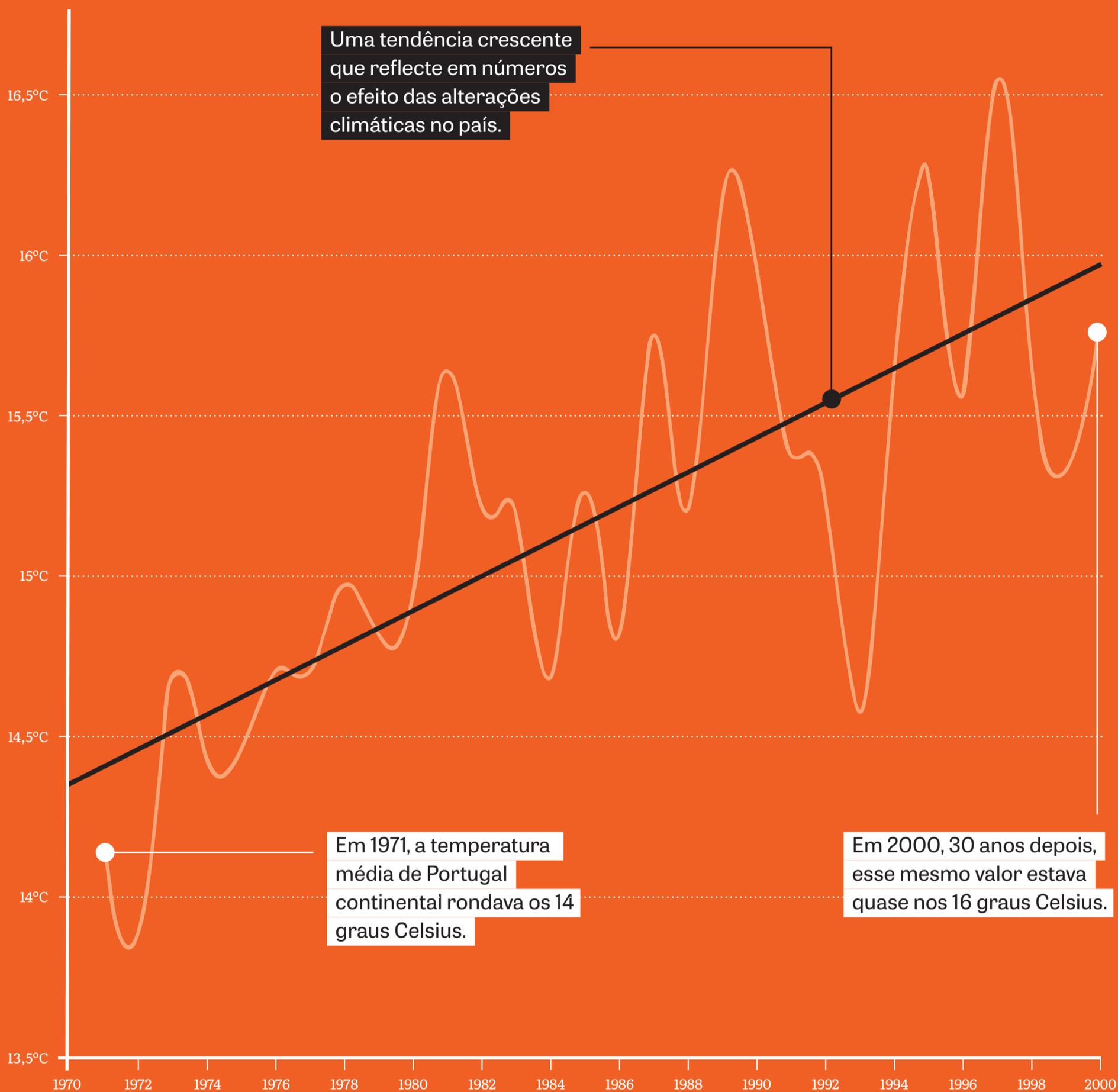
E o pior é que, numa legislatura de maioria absoluta, de quatro anos e meio, pode ganhar força a ideia peregrina de colocar o turismo sob a alçada das CCDRs, baralhando estratégias de marca com planeamento do território e gestão de fundos comunitários, Parcelas de um todo que, se bem autonomizadas, poderiam funcionar de forma mais adequada.

Para já não deixa de ser um sinal, mas basta ouvir os players deste mercado que faz mexer as regiões para se perceber o erro. Importa agora aferir se nWWO centro desta decisão orgânica do Governo há razões que, à partida, se desconhecem. ●

MOURÃO

# PORTUGAL SECA, MOURÃO SOFRE

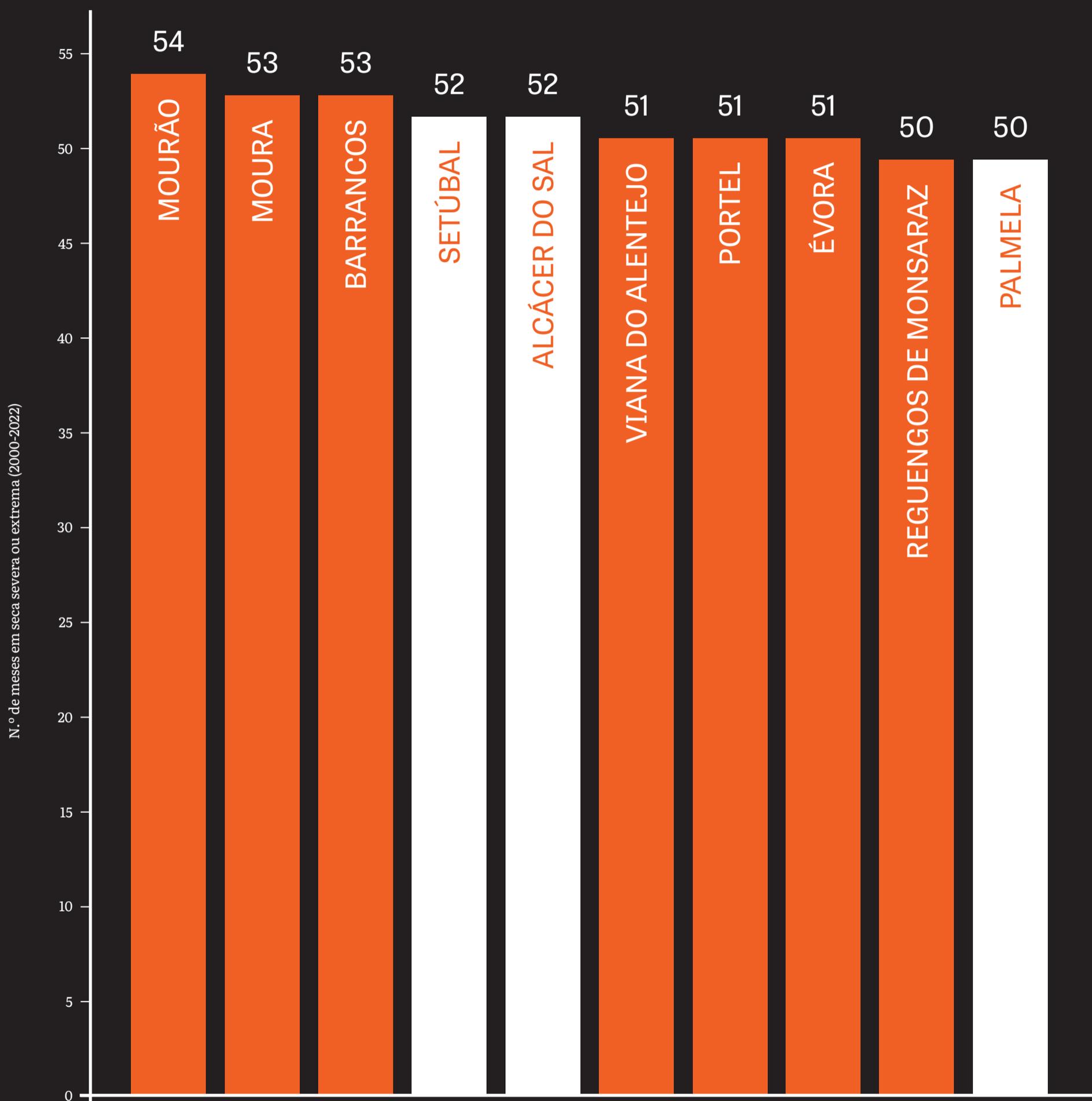
INÊS CHAÍÇA  
CLAUDIA CARVALHO SILVA  
RUI BARROS  
LORAINE VILCHES  
mourao@vilaraiana.pt



## Evolução da temperatura média anual em Portugal continental

Fonte: Portal do Clima/IPMA

## MOURÃO



## Concelhos mais vezes em seca

Dos dez concelhos que estiveram mais vezes em seca extrema ou severa entre 2000 e 2020, sete ficam no Alentejo interior.



O Alqueva, que abraça Mourão, veio atenuar a preocupação acerca das alterações climáticas. ©FRANCISCO ROMÃO PEREIRA

## AMBIENTE ●

*O país que lida com a seca e com a morte rápida das plantações, há anos sedentas de água, e é no concelho de Mourão que estas alterações climáticas mais se sentem.*

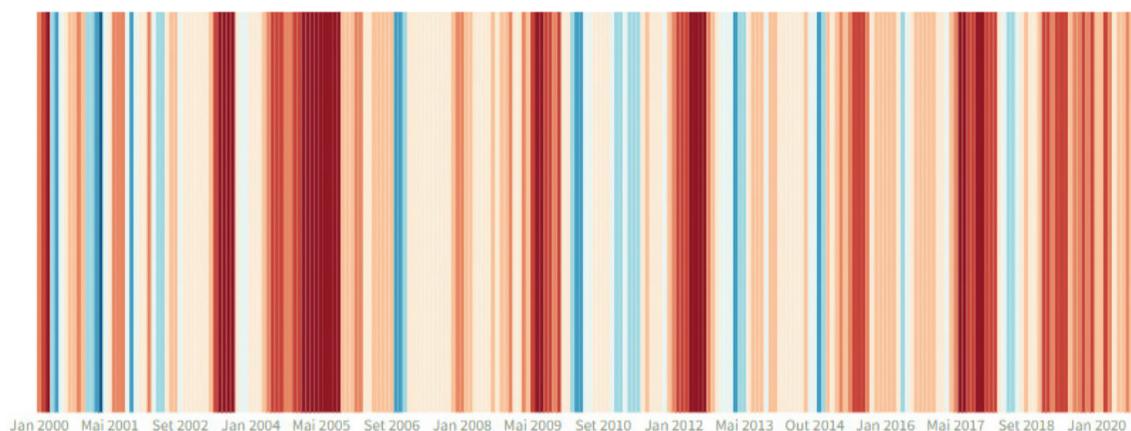
O caminho até Mourão faz-se por uma estrada nacional ladeada de água. O Alqueva abraça esta vila raiana e quebra a paleta de dourados e castanhos que caracterizam a paisagem alentejana do fim do Verão. Quem é recebido assim em Mourão talvez não acredite que está a entrar no município de Portugal continental mais afectado pela seca nos últimos 20 anos – um cenário que nem mesmo a barragem de Alqueva, inaugurada em 2004, foi capaz de reverter.

É isso que mostram os dados do índice de seca de Palmer, compilados e analisados pelo Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA). Este índice baseia-se num “conceito de balanço hidrológico e tem em conta os dados da precipitação, da temperatura do ar e capacidade de água disponível no solo”, explica Vanda Pires, do IPMA. É uma ferramenta que permite “detectar anomalias desse défice ou superavit de água no solo em relação ao que é normal para o período em análise”.



APONTA A CÂMARA.

Veja o vídeo deste artigo, com as entrevistas e mais informação.



Evolução mensal do concelho de Mourão, entre 2000 e 2020, do Índice de seca de Palmer, um indicador que junta temperatura, precipitação e quantidade de água no solo para avaliar níveis de seca. Meses a vermelho representam níveis de seca elevados, meses a azul representam meses com forte precipitação.

### Como é que o meu concelho tem sido afectado pela seca?

Mourão foi o município que, ao longo dos últimos 20 anos, mais vezes esteve nas categorias mais graves de seca: a seca extrema e a seca severa. Seguem-se Moura e Barrancos, municípios vizinhos, que sofrem do mesmo cocktail de temperaturas elevadas e fraca precipitação. E vai tornar-se ainda mais seco no futuro, de acordo com as previsões.

Já passam das 18h, mas nas ruas de Mourão mal se vê gente. O termómetro do carro teima em não descer dos 30°C, o que pode ajudar a explicar o ar desértico das ruas nesta tarde de Setembro. Gertrudes Falcoeira é uma excepção. Está sentada à porta de casa, numa das ruas principais de Mourão, a ver quem passa. Desafia a temperatura. Os seus 70 anos permitem-lhe dizer que agora “está muito mais calor”.

“ Eu trabalhei no campo e suportávamos bem o calor. No frio, a gente embrulhava-se e ia. Agora, penso que as coisas mudaram. ”

CONTINUA NA PRÓXIMA PÁGINA →

## MOURÃO



Perto da fronteira com Espanha, a vila de Mourão é um dos locais mais afectados pela seca nos últimos 20 anos. ©ADRIANO MIRANDA

→ Tem a certeza que já nem o Verão nem o Inverno são bem como dantes, mas não sabe o que o poderá explicar. As alterações climáticas são uma coisa longínqua.

Joaquim Jordão, 79 anos, atravessa as ruas com pressa. Viveu toda a vida em Mourão e rejeita que se sinta mais calor agora: “No Alentejo estas temperaturas são normais. Todos os anos aparecem temperaturas na ordem dos 40°C.” Quanto ao Inverno, a história é outra: “Agora está menos frio. Quando comecei a caçar, íamos para o campo e encontrávamos muito gelo e agora não.”

“Ninguém liga às alterações climáticas”

Com o aproximar da noite, começa a ver-se mais gente na rua. Alguns ao fresco junto às suas casas, outros em amena cavaqueira nas esplanadas. Há quem regresse a casa. É pelas 20h que Rosa, 61 anos, fecha a loja de que é proprietária e dá por terminado mais um dia de trabalho. E, tal como Gertrudes, sente calor, mas não sabe até que ponto é só culpa do clima: “Talvez seja da minha idade, mas já me incomoda.”

Quanto à chuva, diz que é cada vez mais rara: “Chove muito menos. Quando era criança, nós não tínhamos água canalizada e eu ia com a minha mãe

lavar às pocinhas da chuva.” Agora já não conseguiria fazer o mesmo. Sente os outros preocupados com a falta de água? “Quando a chuva começa a estar mais demorada para aparecer, anda tudo preocupado. Apesar de termos ali a barragem, é sempre uma preocupação”, afirma. “Não sei o que vai ser o futuro aqui para os meus netos. Se Deus quiser, eles vão cá ficar, mas o que será deles?”

Cláudia Nobre também é proprietária de uma loja — uma das poucas na terra virada para os turistas. Foi entre paredes cheias de garrafas de vinho e artesanato em barro que a arqueóloga de formação recordou a infância, passada em Castro Verde, no Baixo Alentejo: “Lembro-me de não ter água em casa durante o Verão. Abriamos as torneiras e não havia água.” Vive em Mourão há mais de uma década, já a vila tinha o Alqueva às portas.

Quanto às alterações climáticas, sente-as na pele — literalmente. “Quem está debaixo de 47°C no Verão sente isso. A questão da água se calhar não, porque, como temos este lago gigante à volta, as pessoas não sentem tanto”, avalia. Do turismo à “revolução na agricultura” como lhe chama — com o germinar da agricultura intensiva —, algumas coisas parecem ter melhorado. Mas expressa uma dúvida: “Quando deixar de haver Alqueva, o que vai acontecer?”

Infelizmente não há conversa sobre a seca em Mourão

que não vá dar ao Alqueva. Há quem reforce a ideia de que o grande lago veio atenuar qualquer preocupação sobre alterações climáticas. “Ninguém liga a isso”, conclui um morador.

No fim de Agosto uma “grande parte do país” estava em situação de seca, diz Vanda Pires. “Estamos a passar pelo Verão e o nosso Verão tem tipicamente valores mais baixos de precipitação”, observa. “As situações mais complicadas acontecem no Alentejo, nomeadamente no Baixo Alentejo, e no Algarve, que já há alguns meses estão nesta situação de seca moderada a severa”, explica a directora científica da Divisão de Clima e Alterações Climáticas do IPMA.

Vários factores ajudam a explicar esta situação. Desde logo, o Alentejo é uma região em que o “total de precipitação em termos médios é inferior às outras regiões de Portugal”. “Se estiverem dois meses sem receber água e se isso acontecer no período de Outono/Inverno — o período das chuvas —, rapidamente esta região entra em seca. De facto, nós temos verificado que nestes últimos 20, 30 anos há diminuição do total de precipitação nessas regiões.” Há ainda um factor humano a ter em conta: a **sobreexploração da água na agricultura, que leva a um “agravamento da situação da secagem dos solos”**, já desgastados e pobres.

De acordo com os dados do Sistema Nacional de Informação



Joaquim sente que os Invernos estão mais quentes do que o normal.

©FRANCISCO ROMÃO PEREIRA

de Recursos Hídricos, em Agosto, a Barragem do Alqueva estava a 77% da sua capacidade. Mas, para Vanda Pires, este equilíbrio é frágil e a situação pode mudar rapidamente: “Mesmo que se parta de uma situação em que o Alqueva está no seu limite máximo, dois anos de seca é muito tempo e não há nada que chegue depois para colmatar esta situação.” ●

➤ **MOURÃO SOFRE COM A FALTA DE CHUVA NO INVERNO E COM ALTAS TEMPERATURAS NO VERÃO.**

# Oliveira de Nossa Sr.<sup>a</sup> das Candeias candidata a Árvore do Ano 2023

➤ **ESTA OLIVEIRA MILENAR É ASSIM DESIGNADA, POIS APENAS DAS SUAS AZEITONAS SE FAZIA O AZEITE QUE SE DESTINAVA ÀS LUMINÁRIAS DA PADROEIRA DE MOURÃO.**



Oliveira no Castelo de Mourão. ©MUNICÍPIO DE MOURÃO

ANA ROCHA  
mourao@vilaraiana.pt

O Município de Mourão apresentou a candidatura ao concurso “Árvore do Ano Portugal – 2023”, promovido pela UNAC (União da Floresta Mediterrânica) e que pretende dar a conhecer a história de uma árvore especial.

De acordo com a informação avançada pelo Município de Mourão, na sua página oficial, a

árvore escolhida pelo Município de Mourão para a candidatura foi a Oliveira de Nossa Senhora das Candeias.

Esta oliveira milenar é assim designada, pois apenas das suas azeitonas se fazia o azeite que se destinava às luminárias da padroeira de Mourão. Contam os populares que num ano em que não se colheram as azeitonas, um raio atingiu-a tendo-a dividido em 5 partes, mas miraculosamente sobreviveu.

Na altura da desmatagem efetuada na área do regolho da Albufeira de Alqueva, na zona a

norte do castelo de Mourão, existiam muitas oliveiras centenárias e milenárias, entre as quais a Oliveira de Nossa Senhora das Candeias. Todas, exceto esta, foram levadas para vários locais de Portugal e do Mundo, estando a engrandecer jardins com o seu magnífico porte escultural sendo, assim, embaixadoras de Mourão.

Esta oliveira, devido ao seu significado cultural, foi transplantada em 2002 para o canteiro do largo da Rua 9 de Abril, ao lado do edifício dos Paços do Concelho. ●

## Autarquia de Mourão aprova taxas de juro para o ano de 2023

SOFIA DELGADO  
mourao@vilaraiana.pt

Tendo em conta o clima inflacionista que deeflagrou nos últimos meses e que levou a uma escalada dos preços dos bens essenciais para a sobrevivência da população aumentando o custo de vida e consequente dificuldade financeira, assim como o aumento verificado nas taxas de juro, designadamente no que toca ao crédito à habitação, a Câmara Municipal de Mourão, com grande sentido de responsabilidade e em resultado de um acrescido esforço financeiro, seguindo os objetivos políticos a que se propôs, aprovou as taxas de IMI, Derrama e participação variável no IRS em reunião de executivo municipal, no dia 31 de outubro.

As propostas que agora seguem para a Assembleia Muni-

cipal preveem a fixação da taxa de IMI nos 0,35%, e a redução, nos casos de se tratar de imóveis destinados a habitação própria permanente coincidente com o domicílio fiscal do proprietário, em função do número de dependentes que compõem o agregado familiar do proprietário a 31 de dezembro do ano anterior em: - 20 euros para 1 dependente a cargo; - 40 euros para 2 dependentes a cargo; - 70 euros para 3 ou mais dependentes a cargo.

Em simultâneo, a Câmara Municipal deliberou o agravamento da taxa de IMI em 30% a aplicar a prédios urbanos devolutos, a isenção total da aplicação de derrama para os sujeitos passivos com um volume de negócios no ano anterior igual ou inferior a 150 mil euros e a participação variável na taxa de IRS ajustada a 3%, ao invés dos 4% do ano anterior. ●

## Oferta de voucher a quem comprar no comércio local

JOANA CLEMENTE  
mourao@vilaraiana.pt

A iniciativa “No Natal, Comércio Local” do Município de Mourão inicia dia 5 de dezembro e mantém-se até dia 31 de dezembro. Esta iniciativa pretende incentivar as compras no comércio local, serviços e estabelecimentos de alojamento, restauração sediados no concelho. Por cada compra igual ou supe-

rior a 15€ nos Aderentes, (podendo o cliente acumular mais do que um cupão em cada compra, desde que em múltiplos de 15€) no período estabelecido e comprovada com talão de compra com o número de contribuinte, o comprador fica habilitado ao sorteio de um voucher no valor de 50€ para compras nos Aderentes. Consulte os estabelecimentos aderentes a esta iniciativa no facebook do Município de Mourão. ●

MOURÃO

# A “vida privada” do touro bravo antes dos “20 minutos de fama”

**CULTURA** • *Como são criados os touros bravos até chegarem a uma praça de touros? Que raça é esta e o que pensam os seus criadores? A redação do VILA RAIANA esteve numa das maiores e mais prestigiadas ganadarias, situada no concelho de Mourão, à procura de respostas.*

≡ LUCIANO ALVAREZ  
≡ mourao@vilaraiana.pt

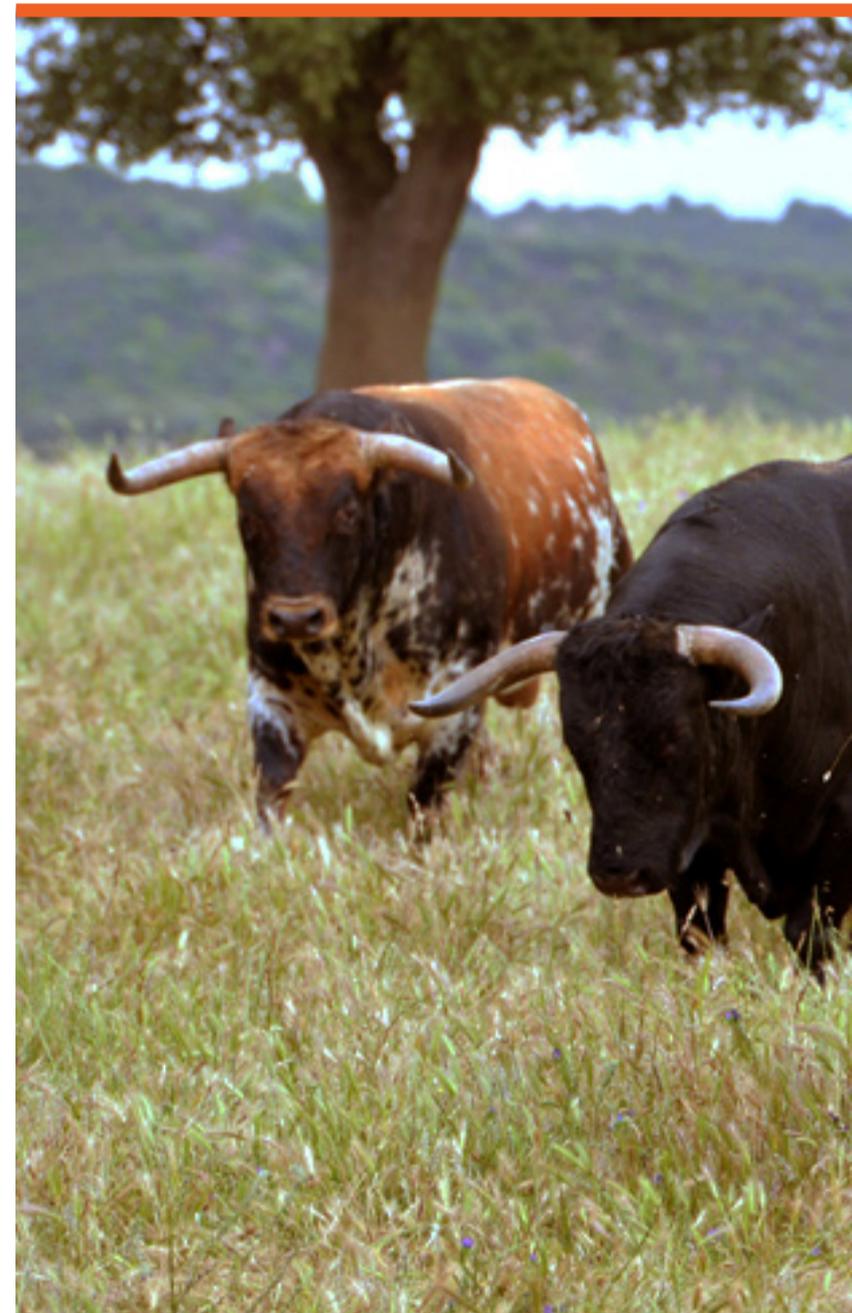
**N**a Herdade da Galeana, uma ganadaria portuguesa cria touros de lide desde 1944. Ou seja, uma raça única para ser toureada a pé ou a cavalo nas praças de Portugal, Espanha e França. Mas do que falamos quando falamos de touros bravos? De todo um mundo, com um léxico muito próprio, de um apurado trabalho diário e algo que vai muito além do momento em que o animal sobe à praça para os seus “20 minutos de fama”. Para trás ficam quatro anos de trabalho a que chamam a “vida privada”, ou “vida no campo” do animal, cujo desconhecimento, dizem os aficionados, são uma das razões para os “animallistas” criticarem e quererem acabar com as touradas.

João Santos, um engenheiro zootécnico de 45 anos, que há 13 trabalha com estes animais na ganadaria alentejana, guia os jornalistas pelo meio dos touros. Literalmente pelo meio deles, conduzindo uma carrinha de trabalho agrícola que serpenteia entre os animais. João fala com entusiasmo dos touros, do trabalho na herdade, como tudo é feito ainda antes dos animais nascerem até aos quatro anos em que estão prontos para serem lidados em praça.

Explica os significados dos movimentos dos touros, quem são os líderes, a diferença entre eles, ao mesmo tempo que acalma os visitantes, algo nervosos pela proximidade àquelas selvagens bestas. “São impressionantes, não são? Mas não receiem, eles estão habituados a ver a carrinha entre eles, pois é esta carrinha que, quando é necessário, lhes vem dar de comer ou os

vem tratar. Não que não tenha já havido alguns azares, mas não vai acontecer”, garante.

**Todos bravos, todos diferentes** Primeiro mostra o cercado onde está o lote de vacas que pariram em Agosto, ainda na companhia das suas crias e dos semental (machos reprodutores). Na ganadaria existem cerca de 200 vacas mãe, que por ano parem cerca de 160 animais, habitualmente metade fêmeas e outra metade machos. Os machos na herdade rondam os 170. Os restantes bovinos existentes estão todos ligados às outras actividades de criação. Dos animais nascidos no ano, cerca de 40 a 50 terão como destino a lide em praça. Os outros ficaram ao serviço da ganadaria ou são abatidos e a sua carne vendida. A segunda paragem é junto aos machos de um ano, que deverão ser lidados em 2022 e, por fim, chega-se aos touros que irão para as



Ganadaria Galeana. ©SOLE SOMBRA

praças no próximo ano taurino, que vai de Fevereiro a Outubro de 2019. Também estes espalhados por espaços diferentes, porque, sendo todos touros bravos, têm características diferentes, quer pela sua bravura, quer pela chamada “cara do touro”, ou seja a grossura, o comprimento e orientação dos cornos. Um touro com os cornos ligeiramente levantados (tocado) ou com os cornos dirigidos para cima (veleto) tem mais “valor” que um animal com os cornos direccionados para o solo (caído ou capacho).

É a apreciação destas características que vai decidir se o touro vai para uma praça de primeira (as melhores como o Campo Pequeno, em Lisboa, ou em Espanha), de segunda, terceira ou para festas taurinas populares mais pequenas.

“As pessoas que não gostam de toiradas, os antitoiradas, dizem que maltratamos os animais por-

que desconhecem esta realidade da sua criação. Não há em Portugal animal mais bem tratado que este. Enquanto um animal de talho vive um, dois anos confinado num pequeno espaço, alimentado a farinha até ir para o matadouro, este vive em liberdade toda a sua vida num ecossistema puro, convivendo com outras espécies numa reserva ecológica que é preservada para a sua criação”, diz João Santos.

Mas o processo de criação de touros bravos começa ainda antes de o animal nascer, numa das mais importantes faenas campeiras (tarefas executadas nas ganadarias) realizadas, a Tenta. Uma operação em que as fêmeas com cerca de 2 anos de idade são testadas e lidadas de muleta por um matador de touros ou novilheiro, em que são avaliados os seus movimentos e bravura. Desta forma, o ganadeiro procurará identificar se as reses possuem as características



“As pessoas que não gostam de toiradas, os antitoiradas, dizem que maltratamos os animais porque desconhecem esta realidade da sua criação. Não há em Portugal animal mais bem tratado que este.”

JOÃO SANTOS  
Engenheiro Zootécnico

comportamentais que procura para a sua ganadaria. As vacas aprovadas mantêm-se na ganadaria, onde viverão o resto da sua vida (cerca de 20 anos). Depois é escolhido o semental e daí nascerá o futuro touro.

E se um dia acabarem as touradas, o que acontecerá a estes animais que são criados exclusivamente para serem lidados? “Esse dia nunca vai chegar, mas se acontecer a raça acaba porque só serve para ser lidado. Passaria a ser um animal de jardim zoológico”, afirma João Santos.

**A “paixão” do ganadeiro Grave**  
Joaquim Sá Grave é, desde 2002, ganadeiro e proprietário da Geleana continuando um trabalho que começou pelo seu avô, cresceu com o seu pai e que é hoje uma das mais prestigiadas ganadarias ibéricas. “Uma paixão”, assegura este veterinário especialista em criação animal. Fala da herdade e dos touros bravos, das suas tradições ancestrais, da sua criação com uma visível alegria e abastado conhecimento.

Fala também de forma aberta sobre o negócio da criação de touros, embora diga que é feito

“mais com o coração e por tradição, que com a razão”, explicando que uma herdade como a sua poderia ser muito mais rentável se tivesse outro tipo de exploração. Criar um animal como este custa, explica Grave, cerca de 2500 euros. Já a sua venda para praça - ou melhor “o aluguer da bravura ao empresário que organiza o espectáculo” - vale em média 2000 euros e mais 500 pela carne para consumo depois de abatido. Embora este valor possa subir bastante se for vendido para França ou uma grande praça espanhola. O prestígio da ganadaria também contribui para o preço. “Portugal é onde se paga menos. Isto é mais uma questão de coração”, repete João Grave, sorrindo e levando a mão ao peito junto ao coração.

Até que a conversa chega à polémica entre os defensores das touradas e os que são contra e querem o seu fim, que para

Grave “são uns ignorantes que se calhar nunca viram um touro bravo, nem sabem o que é”. Confrontado com as críticas de que os amantes das toiradas são “uns bárbaros” que “têm prazer sádico em torturar os animais”, o ganadeiro de 66 anos tem a resposta pronta sem nunca perder a serenidade: “Quando nos chamam torturadores estão a ofender todas as pessoas que foram e são torturadas pelo mundo. Não há animais mais bem tratados que estes e são criados especialmente para serem lidados.”

#### “Os sábios do asfalto”

Quanto ao sofrimento do animal em praça, Grave avança com um argumento que diz “estar profundamente fundamentado em vários estudos científicos sobre o touro bravo” que é repetido vezes sem conta pelos defensores das touradas. O de que o animal tem um hipotálamo (parte do cérebro que sintetiza as neuro-hormonas encarregues, nomeadamente, da regulação das funções de stress ou de defesa), “20% superior ao de todos os outros bovinos, e que, por isso, tem uma capacidade superior de segregação de beta-endorfinas”, uma hormona e anestesiante natural encarregada de bloquear os receptores da dor. “Um animal quando é agredido, nomeadamente quando é espetado, foge. O touro bravo não, volta a investir. A essência única deste animal é lutar, é um animal de combate”.

“Os sábios do asfalto falam lá do seu sétimo andar da cidade onde vive enjaulado o seu cão sem saber do que falam. Já perguntaram ao seu cãozinho se quer ir à rua fazer as necessidades à hora que o dono pode e não quando necessita, amarra-

do por uma trela, se gosta? Já perguntaram ao seu cãozinho se gosta de ser capado por egoísmo do dono? Não é isto torturar os animais? Os meus cães vivem ar livre e têm todo o nosso afecto. E não são capados”, afirma.

Quanto ao envolvimento político na polémica, critica as palavras da ministra da Cultura, Graça Fonseca, que, “na primeira vez em que pegou no microfone, manifestou vontade de acabar com uma actividade cultural que está profundamente enraizada na sociedade portuguesa”. E ironiza: “Por outro lado, até foi bom para as touradas [a ministra] ter dito o que disse, porque os defensores das touradas voltaram a ter voz, porque só falavam os que eram contra. Por outro lado, fez com que saíssem do armário uma série de aficionados que andavam calados há muito tempo.”

Questionado sobre se as touradas algum dia vão acabar em Portugal, independentemente de ser por decreto ou por “morte natural” ao longo do tempo, responde de pronto: “Nunca. As touradas estão na história e nas raízes dos portugueses. Estão no seu coração e cada vez há mais pessoas, muitos jovens, a gostarem deles.”

“As touradas estão na história e nas raízes dos portugueses. Estão no seu coração e cada vez há mais pessoas, muitos jovens, a gostarem deles.”

JOÃO GRAVE  
Ganadeiro e Proprietário da Geleana



Touro N.º67 Foguetón. ©MURTEIRA GRAVE

MOURÃO



Estação Biológica do Garducho situa-se no concelho de Mourão próximo da fronteira de Espanha. ©JOSÉ MANUEL SILVA

# João Maria Trindade e a Estação Biológica do Garducho

*“Isto dava uma bela casa”*

## ARQUITETURA ●

O jornal VILA RAIANA esteve à *cw*onversa com o arquitecto João Maria Ventura Trindade, do atelier Ventura Trindade, sobre a Estação Biológica do Garducho, localizada na cota mais elevada do concelho alentejano de Mourão, junto à fronteira com Espanha.

A história deste projecto remonta ao ano de 1997. Nessa época, o antigo posto de controlo fronteiriço foi adquirido pelo Centro de Estudos da Avifauna Ibérica (CEAI) com o objectivo de o transformar numa estrutura de promoção de acções de sensibilização ambiental: “O projecto, que o CEAI candidatou a financiamentos comunitários, tinha a ver com o estudo da águia-de-bonelli, que estava em extinção. Portanto, era necessário haver este posto avançado para o estudo dessa ave e houve imensas discussões com os associados do CEAI sobre os materiais a utilizar no edifício”, conta.

Numa área protegida, classificada como Rede Natura 2000 e em plena Zona de Protecção Es-

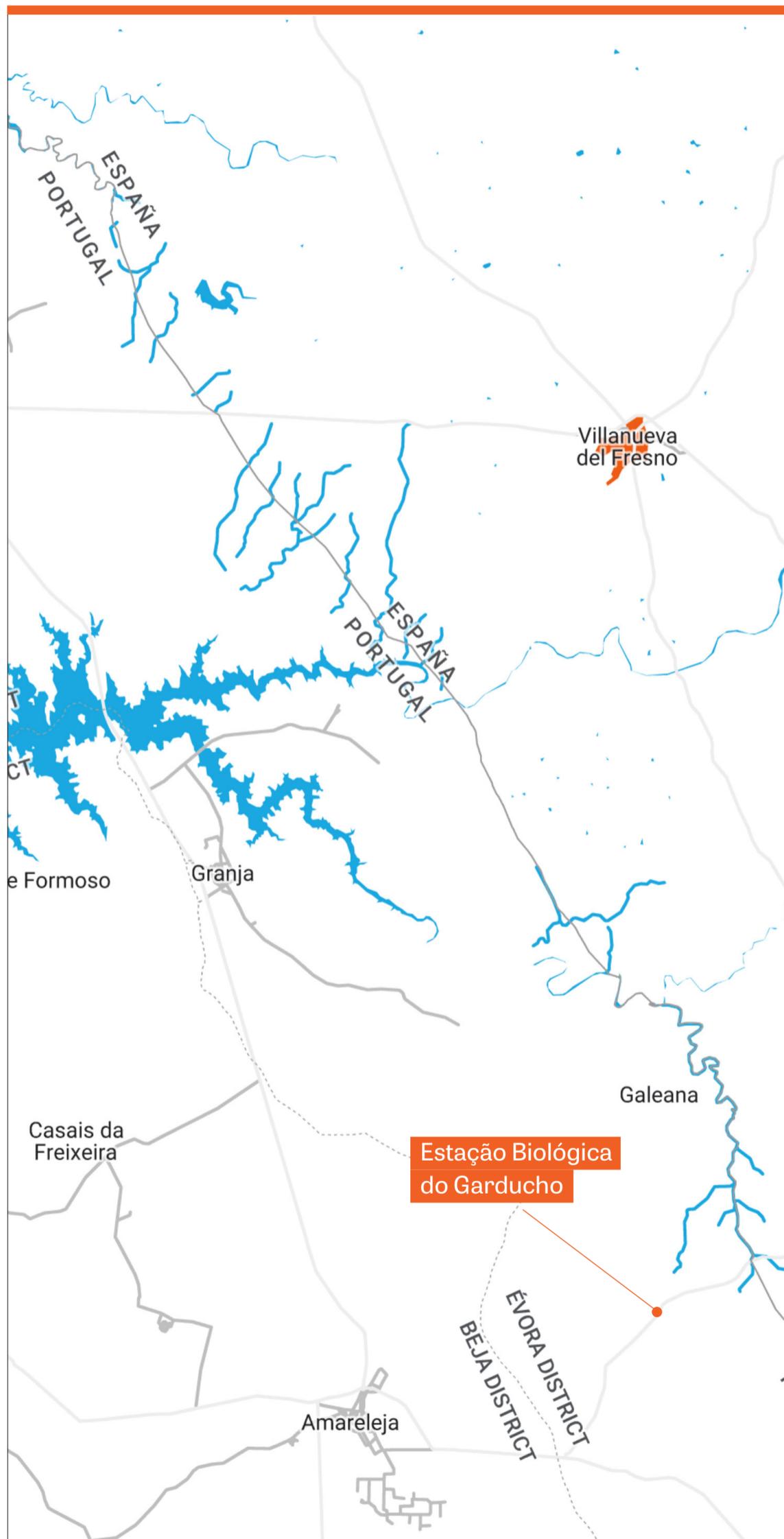
pecial (ZPE) para Aves de Moura, Mourão e Barrancos, esta casa virada para a natureza quase levita sobre a paisagem, deixando-a fluir como se fosse um pássaro que quer flutuar no horizonte alentejano: “O edifício define um recinto, como é muito próprio da arquitectura tradicional, na bacia do Mediterrâneo. Existe esta ideia do pátio, uma coisa voltada em torno de um pátio, mas, por outro lado, como a estrutura está sobrelevada, esse pátio não é um pátio de clausura completo. (...) Ou seja, não tem limites”.

Durante a entrevista, o arquitecto João Maria Trindade recorda ainda uma fotografia da arquitecta Chiara Ternullo, onde se encontram dois cavalos, que se situam, precisamente, nesse

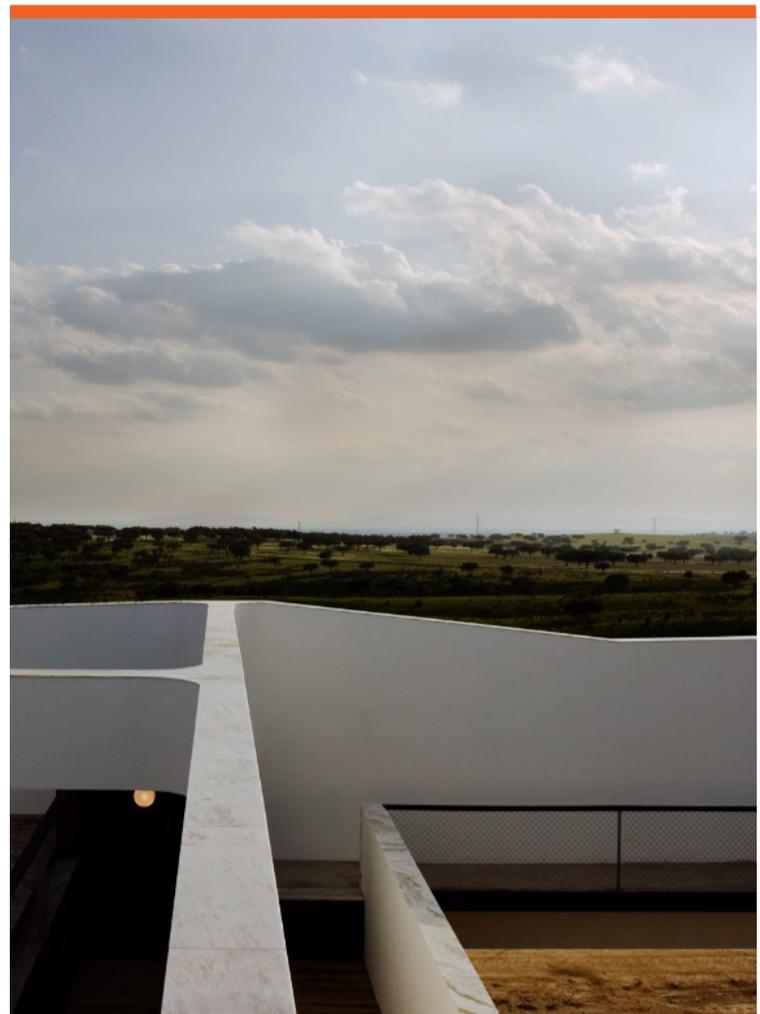
pátio central. Fotografados numa situação espontânea, a imagem sugere que os animais aproximaram-se do edifício como se este fosse um elemento intrínseco da paisagem.

Já as árvores surgem na planície alentejana como fragmentos esporádicos, por isso os momentos de sombra tornam-se imprescindíveis para quem atravessa o edifício. Nesse contexto, o arquitecto lembra a importância ecológica que o CEAI assumiu nesta zona de protecção especial para as aves, que é local de abrigo e de reprodução de espécies emblemáticas e ameaçadas de extinção: “Naquele sítio, todas as questões relacionadas com a sustentabilidade, mais do que um desejo, eram uma condição essencial”, lembra.

A nível construtivo houve um rigoroso cuidado na escolha de materiais, quer para suprir as exigências climáticas da região, com temperaturas muito elevadas no Verão, quer para criar uma construção que aproveitasse os recursos naturais existentes. Durante o projecto, o CEAI insistiu nas soluções amigas do ambiente e, quando o atelier propôs o uso de betão, a associação ambientalista ofereceu imensa resistência por considerar esse material poluente. Durante a entrevista, João Maria Trindade revela que a opção do betão armado era não só necessária – por cumprir com “os vários constrangimentos legais do sítio” –, como também poderia, a longo prazo, tornar-se eco-friendly: “O betão poderia,



©MARIA JOÃO NUNES



©ANDRÉ CARVALHO

pela sua longevidade, eventualmente, ser também um material sustentável”, refere.

Como um “objecto absolutamente autónomo”, a Estação Biológica do Garducho eleva-se acima do terreno e mantém-se em suspensão, organizando um conjunto de pátios e de percursos de modo a minimizar a ocupação do solo. O fornecimento de energia eléctrica é garantido por “um sistema de colectores solares” e as águas pluviais são recolhidas para uma cisterna, para posterior aproveitamento.

O isolamento térmico é garantido com painéis de “aglomerado negro de cortiça”, enquanto as sulipas de madeira das antigas linhas férreas foram aproveitadas para serem reutilizadas no pavimento exterior: “O edifício foi sempre uma grande surpresa para as pessoas que o visitaram porque, por fora, é um edifício muito austero (...), mas quando se entra descobre-se um edifício completamente diferente”.

Para corroborar a proximidade entre arte e arquitectura, esta intervenção contou também com a colaboração da artista plástica Fernanda Fraga-teiro, que inseriu neste espaço citações do escritor Gonçalo M. Tavares, da obra *Breves Notas*

Sobre a Ciência. Vários fragmentos de textos de outros autores, em português e em inglês, foram também inscritos em pontos estratégicos do volume arquitectónico, abrindo um espaço semântico que convida o visitante a reflectir sobre a natureza, a paisagem e a ciência.

Num dos momentos finais da entrevista, o arquitecto João Maria Trindade lembra que, certo dia, a artista Fernanda Fraga-teiro enviou-lhe uma fotografia com a vista para o nascer do sol na Estação Biológica do Garducho. Junto da fotografia, seguiam as palavras: “Isto dava uma bela casa”. Hoje, podemos pensar que esse pensamento foi uma premonição porque o CEAI cessou a sua actividade e o edifício está, efectivamente, a ser reconvertido numa habitação: “Uma coisa que me agrada imenso na arquitectura e que agora estamos a experimentar é esta capacidade de ela resistir aos próprios usos e aos próprios programas. O edifício foi concebido para uma coisa e agora vai passar a funcionar para outra, com adaptações mínimas e isso também é muito interessante perceber – a capacidade de os edifícios desenhados de uma certa maneira serem muito facilmente adaptáveis e utilizáveis de uma outra forma”. ●

## LUZ E GRANJA



Inauguração dos balcões SNS24 nas freguesias da aldeia da Luz e na Granja. ©SNS

# Balcões SNS24 na Aldeia da Luz e na Granja

JOÃO FRANCISCO ALMEIDA  
luzgranja@vilaraiana.pt

“ Já somos poucos e com alguma idade, sem condições para deslocações a consultas, pelo que este balcão poderá ser útil à população ”

FELIZARDO ARANHA  
Presidente da Junta de Freguesia da Granja

Já foram inaugurados os balcões do SNS24 na Aldeia da Luz e Granja. Para Sara Correia, presidente da Junta de Freguesia da Luz, explicou à VILA RAIANA que a ideia do balcão surgiu após um contacto com a Administração Regional De Saúde (ARS) do Alentejo para reivindicação de melhores cuidados de saúde. “Com a falta de médicos, as freguesias ficam ainda mais prejudicadas”, afirmou, acrescentando que “a presidente da ARS tinha já preparada a apresentação dos balcões”. Mas a presidente da Junta não tem ilusões: “Estes balcões não são a solução para os nossos problemas, mas nós agradecemos qualquer melhoria em relação à situação que está”.

Os balcões vão proporcionar de serviços como teleconsultas, avaliação de exames ou prescrição de medicação, algo que Sara Correia defende que “fará a diferença”, numa triagem inicial.

Também Felizardo Aranha, presidente da Junta de Freguesia de Granja, exulta a criação deste serviço: “Já somos poucos e com alguma idade, sem condições para deslocações a consultas, pelo que este balcão poderá ser útil à população”.

Ambas as juntas de freguesias têm já pessoal pronto a apoiar os que tiverem mais dificuldades com as novas tecnologias, sendo que as marcações podem ser feitas na Junta.

Os casos mais complexos são depois reencaminhados para unidades de saúde.

A assinatura dos protocolos decorreu esta quarta-feira no Salão Nobre da Câmara Municipal de Mourão, tendo contado com a presença do presidente da autarquia, João Fortes, a presidente da Administração Regional de Saúde do Alentejo, Maria Filomena Mendes, e o presidente dos Serviços Partilhados do Ministério da Saúde, Luís Goes Pinheiro. •

## Área de Serviço de Autocaravanas da aldeia da Luz foi inaugurada

HUGO CALADO  
luzgranja@vilaraiana.pt

“ a Aldeia da Luz já assistia a uma procura desta tipologia de turismo assente no autocaravanismo, mas de forma muito informal e inorgânica, mas a partir de agora disponibilizamos um espaço com condições, com mais qualidade e com sustentabilidade ”

JOÃO FORTES  
Presidente da Câmara Municipal de Mourão

A aldeia da Luz no concelho de Mourão, conta desde dia 29 de novembro com uma Área de Serviço de Autocaravanas.

Este novo equipamento integra a Rede de Áreas de Serviço para Autocaravanas da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo.

Localizada junto à Fonte Nova, esta é a primeira área de serviço de autocaravanas do concelho.

A cerimónia de inauguração contou com a presença do presidente da Câmara Municipal de Mourão, João Fortes, da presi-

dente da Junta de Freguesia da Luz, Sara Correia, do presidente da Entidade regional de Turismo do Alentejo, Vítor Silva, do presidente da Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, João Queiroz, entre outras entidades locais e regionais.

Em declarações ao jornal VILA RAIANA o presidente da Câmara de Mourão, João Fortes, começou por destacar “o facto desta obra ter sido executada no prazo a qual nos tínhamos proposto seis meses, o que é de louvar, tanto pela parte técnica e também do construtor, porque num contexto desfavorável a nível macroeconómico, com falta de material, com uma inflação de preços, foi bom termos cumprido os prazos”.

Segundo o autarca, “a Aldeia da Luz já assistia a uma procura desta tipologia de turismo assente no autocaravanismo, mas de forma muito informal e inorgânica, mas a partir de agora disponibilizamos um espaço com condições, com mais qualidade e com sustentabilidade”.

“É um espaço que comporta 8 autocaravanas, com uma zona de abastecimento de água, com zona de descarga de águas residuais e com parte de tomadas elétricas”, explicou o edil.

Para João Fortes, “já era um sucesso autoaravanismo na Luz, ainda vai aumentar gradualmente essa procura, ajudando também a própria economia local da freguesia”.

Já a presidente da Junta de Freguesia da Luz, Sara Correia, congratulou-se por “finalmente termos um equipamento que dá resposta à procura que nós temos ao nível do autocaravanismo, mas também dá melhores condições”, acrescentando que “este tipo de turismo tem tido uma grande procura nesta região, em especial no inverno e assim com este equipamento é mais uma ajuda para a atração turística da aldeia”. •

# Habitantes da Aldeia da Luz ainda pagam IMI de terras submersas



Antiga aldeia da Luz, que foi submersa pela água da barragem do Alqueva. © ANA BAIÃO

## SOCIEDADE ●

*Habitantes da Aldeia da Luz, em Mourão (Évora), ainda hoje pagam Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) dos terrenos que possuíam e ficaram submersos na antiga povoação, 20 anos após o início do enchimento do Alqueva.*

A situação, que “não cabe na cabeça de ninguém”, um dos problemas existentes na pequena freguesia alentejana, foi que grande parte do território foi submerso pelas águas do Alqueva, revelou a presidente da Junta de Freguesia da Luz, Sara Correia.

“Isto é frustrante para quem está à frente da autarquia”, argumentou a autarca, no cargo desde 2013, atribuindo a situação ao facto de não ter sido feito cadastro atualizado dos terrenos.

“Um proprietário de um terreno rústico não pode, simplesmente, ir às Finanças e dizer que é dono deste ou daquele prédio rústico e que quer pagar IMI dele. Estamos dependentes do cadastro feito pelo Instituto Geográfico”, que “não foi feito na altura”, disse.

A verba para essa atualização do cadastro, necessária porque “existe um lago imenso” na zona da antiga aldeia, “foi orçamentada e existiu”, mas terá sido “gasta noutra coisa qualquer”, alegou.

“E todos os proprietários rústicos da Luz pagam IMI de terras submersas ou expropriadas, mas que não são deles. E pagam isso há 20 anos”, contou, realçando que o mesmo não se passa com prédios urbanos, que “estão devidamente escriturados e nas Finanças”.

Caso “a população estivesse disponível para pagar”, o cadastro podia ainda ser feito. Só que “a população não pode estar disponível, não obstante muita gente, se calhar, já o querer fazer” por estar “cansada”, afirmou.

“Não pode ser, porque lá na antiga aldeia tínhamos as coisas devidamente feitas. Isto não foi procurado por nós, fomos forçados e, portanto, tem que ser o Estado”, sustentou.

O que a população contesta, até porque o valor de IMI nem deve ser “muito elevado”, visto as Finanças não poderem atualizar “os valores de terras submersas”, é “ter de pagar sobre um bem que não lhe pertence” e do qual “não tira usufruto”, criticou.

O emparcelamento rural, ou seja, o registo das novas terras em nome de quem já possuía terrenos na anterior localização, também merece críticas da autarca, que alega que o processo “não foi concluído”.

“A maior parte está feito, mas ainda existem uns quantos” por registar. “Qualquer um que seja, ao fim de 20 anos, é muito”, argumentou.

Segundo Sara Correia, estes e outros problemas são conhecidos dos governantes: “Não há ninguém lá em cima que não saiba que isto acontece, porque nós fazemo-lo chegar a todos os governos que passaram por lá” e até “ao Presidente da República já fomos. Não falta pedido, falta interesse em resolver”.

A transferência da Aldeia da Luz, no verão/outono de 2002, para uma nova povoação construída de raiz a poucos quilómetros da anterior, desmantelada e submersa, foi o impacto social mais significativo da construção da barragem do Alqueva, cuja albufeira começou a encher em 08 de fevereiro desse ano. ●

“ Não há ninguém lá em cima que não saiba que isto acontece, porque nós fazemo-lo chegar a todos os governos que passaram por lá” e até “ao Presidente da República já fomos. Não falta pedido, falta interesse em resolver.”

## BREVES

### 20 anos de Aldeia da Luz: A Aldeia que ficou fora do progresso que deu à região

HUGO CALADO  
luzgranja@vilaraiana.pt

Foi a 19 de novembro de 2002, ou seja, há 20 anos, que foi inaugurada, no concelho de Mourão, pelo então primeiro-ministro Durão Barroso, a nova aldeia da Luz, devido à construção da barragem de Alqueva.

Com a construção do grande lago, a aldeia da Luz iria ficar submersa assim que a barragem enchesse, pelo que decidiu-se construir uma nova aldeia. Um longo processo de negociações, construção de infraestruturas e equipamentos coletivos e do processo de mudança da população, culminaram no dia 19 de novembro.

A data assinala-se agora com um sentimento agrídoce.

A Freguesia da Luz, em comemoração desta data exibiu pela primeira vez um filme de Fabienne Wateau intitulado “Foi assim”. O autor do filme ofereceu o mesmo a esta Junta de Freguesia que convidou assim a população a recordar os momentos vividos há 20 anos. A Junta de Freguesia dá ainda conta que existirão até final do ano mais atividades para assinalar a data. Recorde-se que a nova Aldeia da Luz foi construída para realojar os habitantes da antiga aldeia da Luz submergida pelas águas da barragem de Alqueva. A nova aldeia foi construída de forma a manter no essencial as características da aldeia antiga. ●



APONTA A CÂMARA.

Veja um excerto do filme

“Foi Assim” de Fabienne Wateau que foi apresentado nas comemorações.

## ALENTEJO

# Alentejo e o alcoolismo: há cada vez mais jovens a “beber até cair”

**SAÚDE** ● Em média, segundo o estudo “Prevenir a Utilização Nociva do Álcool”, os portugueses consomem 12 litros de álcool por ano, um dos registos mais elevados dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).



© EDUARDO KNAPP

BEATRIZ TORRES VALENTE  
alentejo@vilaraiana.pt

**D**e acordo com o estudo divulgado, o consumo excessivo de álcool vai ter impacto na saúde e na esperança média de vida. Nos próximos 30 anos, estima-se que os portugueses vejam a esperança média de vida reduzida em um ano, “devido a doenças e lesões provocadas pelo consumo diário” de mais de uma bebida por dia, no caso das mulheres, e mais de uma bebida e meia por dia, no caso dos homens.

Portugal apresenta um dos índices mais elevados de consumo de bebidas alcoólicas. Relativamente ao Alentejo, Virgínia Santos, coordenadora do Centro de Repostas Integradas do Baixo Alentejo e responsável de tratamento da Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, afirma que é uma das regiões que apre-

senta o maior número de consumidores de álcool de risco.

Há consumidores de baixo risco, risco moderado, alto risco, consumo nocivo e por último de dependência, explica a médica que se dedica a esta área.

“A partir do consumo de risco é natural que comecem a aparecer situações de gravidade ligadas a doenças desencadeadas pelo álcool”, tais como acidentes rodoviários, acidentes de trabalho, perturbações mentais, ou outras situações que colocam em causa a vida e o bem-estar das pessoas.

“Associado ao álcool, temos uma morbidade grande e mortalidade também.”

Ao nível de números, referindo-se a dados de 2019, estiveram em tratamento 14 mil utentes nesse ano, a nível nacional. A nível regional esse número foi, em média, de 2 mil utentes. Devido à pandemia ainda não foram divulgados dados mais recentes, explica Virgínia Santos.

Estes utentes são grande parte do sexo masculino, com idades compreendidas entre 45 e 54 anos. No entanto, destaca que a partir dos 54 anos, os utentes procuram tratamento. “São pessoas com habilitações literárias baixas, situações laborais precárias e habitualmente casados ou a viver em união de facto”, caracteriza a coordenadora do CRI.

“duas cervejas por dia não criam dependência” ou “só bebo socialmente”

Toxicodependência, que indicam que no que diz respeito ao consumo precoce de álcool aos 13 anos, Portugal fica “consideravelmente” acima da média europeia: 42% dos rapazes dizem que beberam pela primeira vez com essa idade, percentagem que desce para 39% entre as raparigas.

Sublinha igualmente que este tipo de consumos podem associar-se ao consumo de outras substâncias ilícitas, podem levar à violência doméstica ou a outras ações perigosas.

## 42%

% de indivíduos do sexo masculino que beberam bebidas alcoólicas pela primeira vez aos 14 anos.

## 39%

% de indivíduos do sexo feminino que beberam bebidas alcoólicas pela primeira vez aos 14 anos.

O consumo de álcool é associado às Benzodiazepinas, medicamentos facilmente adquiridos, “passados de animo leve” nas farmácias. Quando ingeridos com álcool podem levar a situações gravíssimas, alerta Virgínia Santos. Tanto o álcool como medicamentos deste tipo “compram-se ali na esquina”, e apesar de não ser “ilegal”, o consumidor está a causar graves danos à sua saúde e a terceiros também, alerta.

Sobre a pandemia, diz que se verificou um aumento no consumo diário de álcool, quando as pessoas estavam em casa, assim como quando puderam voltar a sair e conviver socialmente.

A quem pode recorrer um indivíduo com este tipo de problemas? Pode falar com o seu médico de família, bem como recorrer ao Centro de Respostas Integradas do Baixo Alentejo. Para a população mais jovem, há ainda a possibilidade de marcar consultas de prevenção dirigida. Há jovens que começam a beber muito precocemente e esta é uma consulta que pode ajudar os pais e as crianças a lidar com a situação e evitar uma situação de dependência no futuro. ●



# Diariamente?

Em [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).

Visite o nosso website para estar atualizado diariamente do que se passa no concelho de **Mourão** e nos seus arredores.

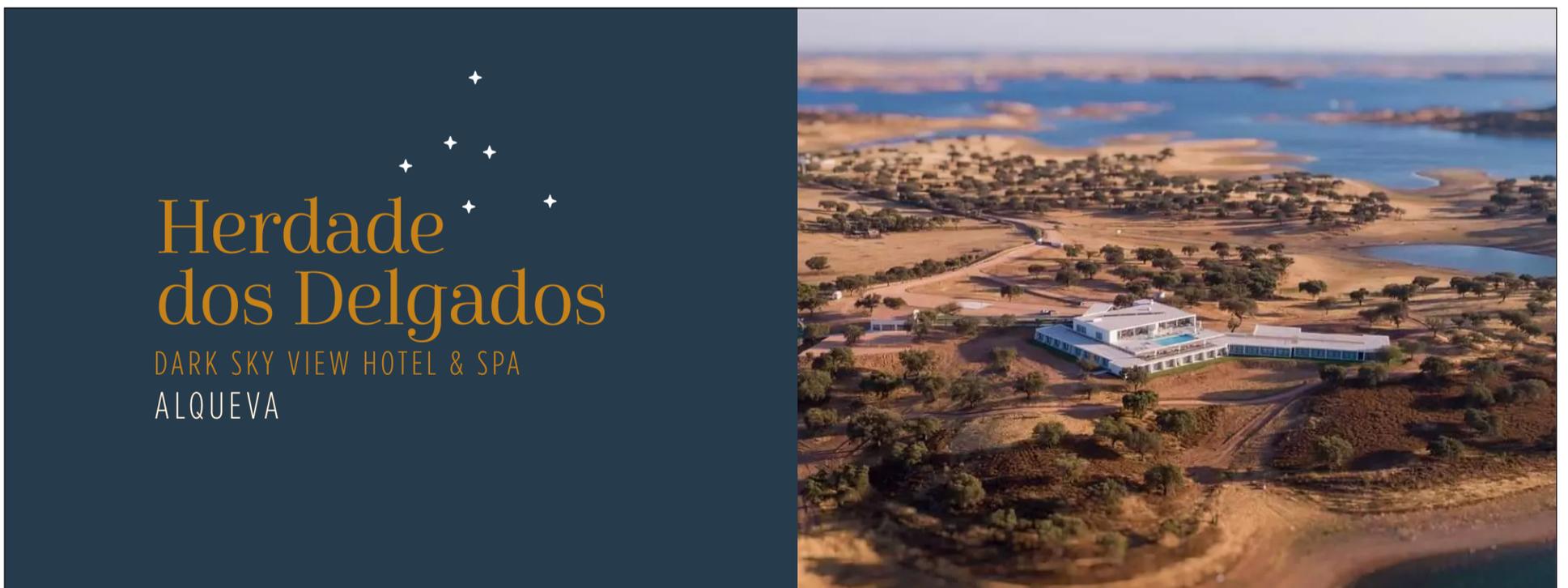
*Apoie a imprensa regional.*

Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, instagram e facebook, [@vilaraina](https://www.facebook.com/vilaraina).



PUBLICIDADE

Se tem interesse em publicitar o seu negócio, por favor contacte-nos através de e-mail: [redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt), por telefone: 266 586 609 ou presencialmente nas nossas instalações: Rua Comissão de Iniciativa, 2-A, Jardim Municipal, Loja 31A - 3.º andar, 7005-098 Mourão.





VINHOS DO ALENTEJO

Únicos por Natureza.



**Meu Super**

O melhor mora  
ao seu lado

Rua Dr. Ravasco dos Anjos, nº2, 7240-223 Mourão

*Há mais Alentejo por descobrir*



**mourão**  
CAPITAL DE ALQUEVA

# Uma mensagem pode *diminuir a saudade.*

Cartões-postais colecionáveis



Envie um cartão-postal pelo correio para qualquer parte do Mundo ou coleccione os 12 postais do próximo ano de 2023.

Campanha apenas disponível para subscritores do jornal impresso. Para subscrever a edição mensal do **VILA RAIANA**, por favor vá ao nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou contacte-nos **266 586 609**.



# Évora é a Capital Europeia da Cultura 2027

“Queremos levar a voz do Alentejo à Europa”



© VISITEVORA.PT

**CULTURA ●** Évora é a cidade portuguesa que, ao lado de Liepaja, na Letónia, vai representar a Capital Europeia da Cultura 2027. A decisão foi anunciada esta quarta-feira no Centro Cultural de Belém, em Lisboa, pela voz de Beatriz Garcia, presidente do júri.

Uma década depois de Guimarães assumir o título de **Capital Europeia da Cultura**, sabe-se que é Évora quem segue o legado em 2027. A decisão do painel de onze especialistas nomeados pelo o Ministério da Cultura e pelas instituições e organismos da União Europeia (Parlamento Europeu, Conselho da União Europeia, Comissão Europeia e Comité das Regiões), foi anunciada publicamente numa conferência de imprensa, esta quarta-feira, no **Centro Cultural de Belém (CCB)**, em Lisboa.

A sessão abriu com um discurso do ministro da cultura português, Pedro Adão e Silva, seguido pelas palavras da representante da Comissão Europeia, Sofia Moreira de Sousa. Mas foi à presidente do júri, Beatriz Garcia que coube anunciar o veredi-

to. **Entre as quatro candidatas à corrida**, - Aveiro, Évora, Braga e Ponta Delgada - **é a alentejana** a contemplada a representar, ao lado da cidade letã, Liepaja, o apogeu da cultura europeia em 2027, recebendo uma verba de 29 milhões de euros.

“Queremos levar a voz do Alentejo à Europa”, é o que diz Carlos Pinto de Sá, Presidente da Câmara eborense, em declarações aos jornalistas. “A nossa Capital Europeia da Cultura não se quer fazer dentro de quatro paredes”, reflete ainda o autarca, acrescentando que o projeto vai além da cultura, “quer fazer pontes com outras áreas”.

O presidente da autarquia de Évora enumera alguns avanços que já estão a ser feitos no que respeita a reabilitação de infraestruturas, como é o caso do Teatro Garcia de Resende e do Palácio

Dom Manuel I. Mas há ainda planos para o futuro: a ambição de construir “o Pavilhão Multiusos que o Alentejo precisa”. Isto centrado num objetivo primário: travar o despovoamento, fixar e trazer população.

Ainda que com eleições autárquicas pelo meio, agendadas para 2025, o atual Presidente da Câmara, Carlos Pinto de Sá, garante ao Expresso que o projeto não fica condicionado. “O conselho político que reuniu toda a região do Alentejo e todos os respetivos órgãos regionais apoiaram a candidatura. Independentemente do que acontecer daqui para a frente, há um compromisso a longo prazo”.

A estratégia Évora 2030 foi aprovada por unanimidade em Reunião de Câmara e em Assembleia Municipal, em agosto e setembro de 2021, respetivamente. ●

## BREVES

### Alentejo eleito como destino para Natal e Passagem de Ano

— JOÃO MIGUEL SAMPAIO  
— alentejo@vilaraiana.pt

Os portugueses continuam a eleger o Alentejo para passar a época das festas. Descanso, hospitalidade, paisagens e monumentos atractivos, gastronomia e vinhos, são requisitos mais do que suficientes para esta escolha.

As “notícias são boas”, segundo disse ao VILA RAIANA o presidente da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo, Vítor Silva. “As taxas de ocupação que temos para o fim de ano, embora não tenhamos uma estatística exacta porque isso não existe, mas os contactos que temos feito com unidades hoteleiras, são muito positivos”.

Esta procura tem vindo a notar-se, “aliás, na linha do que aconteceu o ano passado e nos períodos pré-pandemia, com o Alentejo a ser muito procurado especialmente nesta época do ano”.

A assinatura “vá para fora cá dentro” tem sido a tendência seguida, este ano, sem máscaras, restrições de distanciamento ou de grupos, numa pandemia quase esquecida em Portugal. ●



© SNAPWIRE

ALENTEJO

# Oil Dorado: o retrato de um Alentejo desfigurado pelas monoculturas intensivas

## AMBIENTE ●

Ao longo de quatro anos, num Alentejo descaracterizado pelas monoculturas intensivas e superintensivas de olival e amendoal, o geógrafo e fotógrafo André Paxiuta desenvolveu o projecto Oil Dorado.

ANA MARQUES MAIA  
alentejo@vilaraiana.pt

“Qualquer pessoa que conheça minimamente o território alentejano percebe que, de há vários anos a esta parte, a paisagem se alterou de forma abismal.” Hoje, refere o fotógrafo e geógrafo André Paxiuta em entrevista, as culturas intensivas e superintensivas de olival e amendoal impedem sobre todas as outras. “Antes existia grande variedade de culturas de sequeiro e de prados. Hoje, a homogeneidade de culturas domina numa região que está, em mais de 70%, na mão de grupos estrangeiros. Sem respeito pela paisagem ou tradição dos locais, os custos para a região são imensos.” E é sobre esses custos que versa o projecto Oil Dorado, com enfoque no olival, que procura financiamento para a sua materialização em formato de fotolivro na plataforma de crowdfunding IndieGogo. O projecto de Paxiuta descreve “a mutação silenciosa” do “território prometido do Alqueva”. “Regado a partir do maior lago artificial da Europa, onde crescem oliveiras aos milhares, azeitonas aos milhões, enriquecem-se pioneiros e abrilhanta-se o orgulho da nação”, pode ler-se na introdução do livro. “Na sombra desta corrida, encontrei a morte anunciada da paisagem alentejana que um dia conheci.”

Num ano excepcional para a produção de azeite – a maior produção da história do país devido à rentabilidade dos olivais superintensivos plantados a sul do Tejo, que são geridos, em 65%, por seis grupos financeiros estrangeiros ou luso-estrangeiros – “faz sentido olhar atentamente para o que está a acontecer”. “Visto de longe, um olival acabado de plantar parece um cemitério americano”, observa Paxiuta. “Ele domina o manto de verde em quilómetros e quilómetros até perder de vista.

Esta é a nova realidade no Alentejo, sobretudo em Beja, Serpa, Moura, Ferreira do Alentejo.”

De forma sucinta, quais as implicações deste tipo de culturas para a região? São inúmeras e tocam as vertentes ambientais, económicas e demográficas. Paxiuta começa por referir a transformação dos terrenos em olival, que “implica a remoção de tudo o que pudesse lá estar anteriormente” e a “reformulação tendo em vista o favorecimento da plantação, do funcionamento das máquinas e da apanha”. As culturas anteriores são substituídas por monocultura, eliminando a biodiversidade, alterando o habitat de inúmeras espécies animais.

“Vegetação e comunidades de aves vêm os seus habitats destruídos.”

A proximidade dessas culturas de núcleos habitacionais, de aldeias e conjuntos de casas, obriga as populações ao convívio regular com fitofármacos e química correctora desses olivais, que contaminam as águas. “Há famílias que abandonam as suas casas quando sabem que vão existir pulverizações, não querem estar presentes.” As implicações para a saúde, as consequências directas do convívio com estes agentes químicos, ainda carecem de avaliação. Porém, Paxiuta afirma que “a qualidade de vida das populações é afectada”. Não apenas pela proximidade das culturas per se, mas também pela proximidade de unidades fabris de transformação do excedente da azeitona – cascas de resíduos da polpa e fragmentos do caroço da azeitona – em óleo de bagaço de azeitona e biomassa. “No processo de



Podrógão, Beja, 2018. Nos modelos intensivo e superintensivo, alinham-se cerca de 300 e 2 000 árvores por hectare, respectivamente, sendo no entanto necessária a instalação de um sistema de rega, a aplicação regular de química correctora e fitofármacos para o controle de pragas, de modo a estender a sua produção por duas a três décadas. No entanto, na óptica do produtor, estas modificações traduzem-se num aumento significativo do retorno económico. ©ANDRÉ PAXIUTA



Fortes, 2020. Resíduos que a unidade fabril liberta para o ar caem sobre as habitações, sobre os carros, as roupas, deteriorando a qualidade do ar e a qualidade de vida dos habitantes de Fortes. “Aqui não se abrem janelas, não se estende a roupa e as mascaradas da covid já estão connosco há 12 anos.” ©ANDRÉ PAXIUTA

transformação, estas unidades utilizam o próprio bagaço seco como combustível, emitindo das suas chaminés gases particulados gordurentos, altamente poluentes, com cheiro muito intenso, nauseabundo”, pode ler-se no interior do livro Oil Dorado.

Em Fortes, no concelho de Ferreira do Alentejo, os 100 habitantes, maioritariamente idosos, vivem a cerca de 300 metros da fábrica de queima de bagaço de azeitona Azpo, que pertence ao grupo espanhol Migaza. A fábrica trabalha ininterruptamente, 4 sobre →

“Hoje, a homogeneidade de culturas domina numa região que está, em mais de 70%, na mão de grupos estrangeiros. Sem respeito pela paisagem ou tradição dos locais, os custos para a região são imensos.”

Ferreira do Alentejo, 2020. Unidade fabril de produção de bagaço de azeitona. Através de processos físicos e químicos o bagaço é transformado em dois subprodutos: óleo de bagaço de azeitona, que é exportado na sua totalidade; e biomassa, que, em parte é utilizado na sua própria laboração e noutra parte é destinada a venda. Com três unidades na região (Fortes, Odivelas e Alvito), o crescimento exponencial de produção de azeite tem esticado os limites de capacidade de carga da indústria bagaceira, pondo em risco as cadeias de produção de azeite na região. ©ANDRÉ PAXIUTA



APONTA A CÂMARA.  
Veja o vídeo deste artigo, com as  
entrevistas e mais informação.

## ALENTEJO



→ 24 horas, sete dias por semana. **“Isto significa que os habitantes da aldeia e redondezas sofrem com o cheiro e fumo poluente desde a sua abertura, em 2009”**, lê-se no livro. “Certas condições atmosféricas trazem o fumo (...) que irrita os olhos e a garganta, provoca tosse, lacrimejar e falta de ar.” Rosa Dimas, habitante da aldeia de Fortes, disse a Paxiuta que a chegada dessa indústria destruiu o seu modo de vida. “Fui obrigada a desistir de semear as minhas culturas, de onde obtinha a minha factura para o ano inteiro de feijão, batata, nabiças, couves, melancia. Tudo se acabou.”

**A monocultura de olival no baixo Alentejo**, alavancada pela construção da barragem do Alqueva e pelos inúmeros fundos europeus destinados a este tipo de negócio, **produziu mudanças também ao nível demográfico**. Mas não da forma que seria desejável. “Os censos de 2020 foram claros”, refere o geógrafo.

Contribuiu, sim, para a importação de mão-de-obra. **“O interior de Portugal está desprovido de população activa para trabalhar no campo”**, argumen-

ta o fotógrafo lisboeta. “Os portugueses não querem realizar esses trabalhos porque os salários são muito baixos, as jornadas de trabalho são muito longas e duras e não querem submeter-se a estas novas formas de escravatura.”

**“O desenvolvimento do Alentejo que se seguiu à construção da Barragem do Alqueva não contribuiu para a fixação da população na região.”**

Há, no entanto, quem não tenha outra opção. “O conceito de importação de mão-de-obra que já existia em Espanha foi adaptado à realidade portuguesa – através das empresas espanholas sediadas em Portugal – e trabalhadores da Europa de Leste, inicialmente, e mais tarde da Índia, do Paquistão, do Bangladesh, do Nepal, começaram a realizar estes trabalhos. “Alguns trabalham com todas as condições, têm bons empregado-

res.” Ao longo de quatro anos de desenvolvimento do projecto, André Paxiuta viu um pouco de tudo. “Há uma fatia que se queixa de excesso de carga horária, de más condições de trabalho, documentos sequestrados, ameaças de denúncias junto do SEF, de contratos anulados. Uma das queixas mais recorrentes está relacionada com a habitação.” O fotógrafo faz referência à existência de casas sobrelotadas e armazéns agrícolas sem condições de habitabilidade onde 40 a 50 trabalhadores imigrantes dormem em colchões no chão. Os seus testemunhos estão incluídos nas páginas do livro, que aguarda impressão.

Qual a factura a pagar, no futuro, pela “revolução” em curso no Alentejo? **“Estamos a falar de culturas intensivas que dependem grandemente do consumo de água”**, realça o fotógrafo. “Existe um ponto de interrogação sobre a sua escassez no futuro, o que poderá colocar em causa a sua sustentabilidade.” Paxiuta acredita que a presente corrida ao “oil dorado” deixará marcas permanentes na região. “Poderá levar ao esvaziamento da riqueza ambiental e cultural do território (...) e ao colapso dos sistemas que o suportam.” ●

Ferreira do Alentejo, 2017. Trabalhadores rurais da Europa de leste durante a campanha de apanha de azeitona em olival intensivo. Os trabalhos começam de madrugada. Homens e mulheres distribuem-se de forma estratégica pelas fileiras de olival. Redes são esticadas, cobrindo o chão de baixo das copas das árvores para receber a azeitona que cai em resposta ao varejamento e à vibração mecânica dos troncos. Puxadas por motos 4x4, as redes recolhem a azeitona para ser colocada no tractor de transporte. O dia de trabalho pode facilmente durar 10 a 12 horas, decorrendo de Outubro a Fevereiro. ©ANDRÉ PAXIUTA



Alqueva, 2020. Cinco décadas decorreram entre os primeiros estudos e a construção da barragem, tornando o “Alqueva” num mito entre a população portuguesa. A premissa por de trás do projecto era irrigar o Alentejo e desenvolver a agricultura, combater a desertificação e o subdesenvolvimento da Região. As obras arrancaram em 1998 e ficaram concluídas em Janeiro de 2002. No dia 8 de Fevereiro do mesmo ano fecharam-se as comportas e iniciou-se o enchimento da albufeira de Alqueva. ©ANDRÉ PAXIUTA

# Distrito de Évora perdeu mais de 14 mil pessoas numa década

**SOCIEDADE** ● O concelho de Évora, o mais populoso, foi o que perdeu mais habitantes, na última década, em termos absolutos.

MARIA PIRES ROSADO  
alentejo@vilaraiana.pt

➤ O CONCELHO COM MAIOR DECRÉSCIMO DE HABITANTES FOI MORA (17%).

➤ O CONCELHO DE ÉVORA, CAPITAL DO DISTRITO, TEVE ESTE ANO A MAIOR QUEDA DA ÚLTIMA DÉCADA (5,1%).

➤ MOURÃO TEVE UMA QUEDA DE 11,8%, SENDO O CONCELHO DO DISTRITO DE ÉVORA COM MENOS HABITANTES (2051).

O distrito de Évora perdeu 14.282 pessoas, nos últimos dez anos, com todos os concelhos a registarem diminuição de habitantes, mas, em termos percentuais, foi Mora que liderou as perdas, segundo os resultados dos Censos 2021.

Os dados definitivos dos Censos de 2021, divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), mostram que o distrito de Évora passou de 166.726 habitantes, em 2011, para 152.444, em 2021, o que corresponde a uma diminuição de 8,6% da população.

Todos os 14 concelhos do distrito registaram perda de habitantes, com Mora a liderar a lista em termos percentuais, pois passou de 4.978 pessoas, em 2011, para 4.135, em 2021, ou seja, um recuo de 17% no número de residentes (menos 843).

Já o concelho de Évora, capital de distrito e o mais populoso, foi o que perdeu mais habitantes, na última década, em termos absolutos, num total de 3.019, já que passou de uma população de 56.596, em 2011, para 53.577, em 2021.

Com todos a perderem população, o concelho de Vendas Novas foi o que, ainda assim, registou menos perdas em termos percentuais, com uma diminuição de 5,1% de residentes, porque passou de 11.846, em 2011, para 11.245, em 2021. No “ranking” dos concelhos com

menor percentagem de perda de população, a seguir a Vendas Novas, encontram-se Évora (-5,4%), Viana do Alentejo (-7,5%), Reguengos de Monsaraz (-8,9%) e Montemor-o-Novo (-9,4%).

Já no lado oposto da tabela, ou seja, com maior percentagem de decréscimo populacional, estão, atrás de Mora, os concelhos de Alandroal (-14,2%), Borba (-12,4%), Mourão (-11,8%) e Estremoz (-11,5%). Os restantes quatro concelhos são Vila Viçosa (-11,3%), Portel (-10,6%), Redondo (-10,6%) e Arraiolos (-10,3%).

Évora mantém-se como o concelho mais populoso, com 53.577 pessoas, à frente de Montemor-o-Novo, com 15.799, Estremoz, que tem 12.680, Vendas Novas, que possui 11.245, e Reguengos de Monsaraz, que conta com 9.871.

Por sua vez, Mourão é o concelho que tem menos habitantes, com 2.351, seguido de Mora (4.135), Alandroal (5.014), Viana do Alentejo (5.318) e Portel (5.747).

De acordo com os dados definitivos dos Censos de 2021, Portugal perdeu 2,1% da população nos últimos dez anos, passando para 10.343.066 no dia 19 de Abril de 2021 e invertendo a tendência de crescimento registada nas últimas décadas.

A fase de recolha dos Censos 2021 decorreu entre 5 de Abril e 31 de Maio e os dados referem-se à data do momento censitário, dia 19 de Abril. ●

## Comissão Europeia aprova Programa Regional Alentejo

JORGE LUÍS SARAIVA  
alentejo@vilaraiana.pt

**A**pós um ano intenso de negociações, as CCDR viram os programas regionais do PT2030 aprovados pela Comissão Europeia e um novo pacote de fundos europeus regionais para o próximo período de programação. O novo programa operacional vai contar com uma dotação total de 1.104 M€.

Com a continuidade do actual Alentejo 2020 – o Programa Operacional Regional do Alentejo, a região vai contar com um novo Programa Regional – Alentejo 2030, para o período 2021-2027, tendo presente os grandes desafios regionais apresentados pela Estratégia Regional 2030. Fazem parte a demografia e excelência dos serviços de suporte, a sustentabilidade territorial e dos seus recursos, a especialização inteligente e competências, a valorização económica dos recursos e activos, a qualificação dos subsistemas territoriais e a governação e acção colectiva regional.

A programação deste novo pacote é feita em torno dos cinco objectivos estratégicos da União Europeia, que priorizam uma Europa mais inteligente, mais verde, mais conectada, mais social e mais próxima dos cidadãos.

O presidente da CCDR Alentejo, António Ceia da Silva, considerou “fundamental para região”

este novo pacote financeiro, com “mais cerca de 100 milhões de euros do que tivemos no PT 2020”.

Não esquece, no entanto, o trabalho feito pela equipa. “Quero saudar e elogiar e que esteve na base das negociações com a União Europeia. Chegaram-nos a colocar mais de 400 perguntas, o que revela bem o árduo trabalho que teve de ser feito”.

Ceia da Silva também salientou o empenho da Agência para o Desenvolvimento e Coesão e do Ministério da Coesão, “na concretização do PT2030”.

No primeiro trimestre do próximo ano, o presidente referiu que “já há condições para que sejam abertos os primeiros avisos para as empresas, academia, investigação, a negociação para as comunidades intermunicipais que irão ter alocadas mais verbas para gerir com maior autonomia e para as câmaras”.

Neste processo, salientou que “o importante é pôr mãos à obra e conseguir acelerar o 2030 e uma das grandes vitórias é haver uma estratégia sub-regional por NUT 3 e por isso, são importantes os planos de acção das comunidades. Temos também autonomia na aprovação dos avisos para que passem a ser aprovados pela Autoridade de Gestão e ganhamos tempo no quadro”.

O novo quadro conta com o apoio dos fundos europeus FEDER e FSE e ainda do Fundo para a Transição Justa, para o Litoral Alentejano. ●



©A PLANÍCIE

## ALENTEJO



© ARTUR PASTOR

# Com alentejo na alma

## OPINIÃO ●

*Um alentejano assumido pode ficar ou partir, mas mesmo quando parte nunca se separa. Caminha pelo mundo com o Alentejo na alma.*



ELÍSIO ESTANQUE  
opinião@vilaraiana.pt

## ➤ A RECORDAR MEMÓRIAS E MOMENTOS DO ANTIGAMENTE.

**E**stamos em 1960 (ou talvez 1962), no Verão tórrido de um Alentejo desprezado pelo poder salazarista. Abril estava ainda fora daquele horizonte, aberto e amplo mas a vários títulos asfixiante. Uma calma que apenas estremecia à passagem esporádica de um ou outro automóvel com os pneus a guinchar na curva apertada após uma longa reta. Os sons das cigarras rompiam o silêncio e a monotonia daquele território árido, onde o amarelado da paisagem, o restolho seco, era apenas rasgado pelo tapete negro de alcatrão cintilante quase a derreter-se ao Sol abrasador. Mas na berma da estrada começava a vislumbrar-se, ao longe, uma poeria anormal em redor de duas silhuetas que se erguiam lado a lado com alguma coisa por trás. No início poderiam confundir-se com miragens em pleno “deserto” alentejano. Mas não. Eram bem reais. No seu movimento compassado percebi pouco depois que eram cavalos, trazendo atrás de si um homem acorrentado. Cavalos montados por aquela

guarda, de farda cinzenta e botas altas, que aterrorizava crianças e ainda mais os adultos, pelo menos os mais conscientes das razões da sua miséria e do sufoco da sua liberdade. Do alto dos seus cavalos brancos estas figuras altivas eram a personificação do poder, em absoluto contraste com o ser miserável, com as mãos acorrentadas, curvado e maltrapilho, a desfalecer de sede. Deram-lhe água, mas só depois de saciar os cavalos no fontanário à beira da estrada.

Estes mesmos guardas, ou outros seus comparsas, eram aqueles que regularmente frequentavam o café-restaurant da família, com regularidade. Vinham por vezes em grupos de quatro, recordo-os, grandes e gordos, com ar carrancudo. Creio agora que percebiam a raiva silenciosa que causavam à sua passagem. Sentavam-se num espaço interior, mais resguardado da casa, e a mesa, devidamente preparada, com toalhas de tecido branco, em breve ficava recheada de iguarias, com vinho, presunto, queijo e às vezes outros petiscos. Ficavam horas a comer,

mas falavam pouco; e depois de empanturrados saíam como se fosse da casa deles. Já se sabia que não pagavam a despesa, mas pelo menos era de esperar que tivessem um gesto, ainda que fingido, de pedir a conta. Assim pensavam as vítimas daquele saque (os meus pais). Porém, na maioria das vezes nem isso acontecia. Entravam e saíam atravessando o espaço público da taberna, espalhando um temor respeitoso entre os clientes domingueiros da “Casa de Pasto – o 15” (era esse o nome), um espaço nos fins-de-semana sempre animado por grupos de homens, na sua maioria mineiros que, entre cada rodada, exprimiam em coro a sua amargura, mas também a força coletiva através do agora celebrado “cante alentejano”.

Aquele acorrentado atrás dos cavalos da GNR poderia ser um “maltês”, o nome dado a quem, sem emprego certo nem inserção na comunidade, procurava o precário sustento andando de monte em monte, à míngua de uns dias de trabalho “a comedias”, como se dizia, ou seja, em troca de umas

sopas e pouco mais (“come-a-dias”, porque havia muitos sem nenhuma comida, presume-se). Mas como se esse não fosse já um castigo suficiente, tratava-se de uma condição considerada não só “ilegal” como aparentemente ameaçadora para a ordem vigente. Por isso, o mínimo descuido era suficiente para que o desgraçado fosse parar à “pildra”. Pior ainda, para além da prisão, era a exibição pública da punição exercida sobre quem fugia de uma suposta “norma social”, na verdade artificial e só mantida por um regime ditatorial. Esses eram os malteses, um nome que na época carregava um sentido pejorativo que até as crianças temiam. Ser diferente já era uma ameaça que, não apenas o regime mas a própria comunidade olhava com suspeição. Mas os outros, aqueles que não andavam na mina, iam diariamente “à praça”, um “mercado” de força de trabalho, em sentido literal que decorria no largo principal da aldeia, onde, com alguma sorte, se poderia ser um dos escolhidos para trabalhar naquele dia. Trabalhos de sol a

# Qatar do Alentejo

## OPINIÃO ●

*De pouco nos vale pedir comentários aos governantes sobre os direitos humanos no Qatar, seguir hashtags e influencers, vestir a t-shirt da Amnistia, se assobiamos para o lado quando a escravatura joga em casa.*



HENRIQUE COSTA SANTOS  
opinião@vilaraiana.pt

Esta semana, a Polícia Judiciária deteve quarenta pessoas no Alentejo, por suspeita de envolvimento numa rede de escravatura. A megaoperação nos concelhos de Beja e Cuba segue o rasto dos crimes de tráfico humano, associação criminosa e branqueamento de capitais. Centenas de trabalhadores agrícolas estrangeiros foram resgatados de um esquema que os obrigava a trabalhar de sol a sol, em condições desumanas. Num momento em que o Mundial no Qatar faz correr tinta – e bem –, urge compreender que a escravatura não é um problema longínquo, circunscrito aos áridos feudos do emir. A afronta aos direitos humanos está aqui mesmo, em Beja, terrível Beja.

Tudo soa a uma história que já ouvimos. Há coisa de um ano, a opinião pública nacional viveu o costumeiro minuto de indignação perante a miséria dos trabalhadores migrantes em Odemi-

sol, enquanto os da mina, embora produzindo na escuridão e à luz do gasómetro, tinham pelo menos um emprego certo.

Estas memórias não se apagam. Nesse período ocorreram algumas greves nas minas. Recordo que numa delas a aldeia inteira andou em alvoroço quando se soube que a guarda tinha carregado sobre os mineiros. Umhas dezenas foram presos. Alguns eram de Rio de Moinhos (a aldeia de que falo) e até um tio meu, soube depois, tinha sido levado para Lisboa, pela PIDE. Não ficou muito tempo na prisão, mas para um homem honrado e por todos respeitado – um assalariado para quem a única “subversão” cometida era trabalhar no duro para alimentar os filhos, ingerindo aquele pó durante décadas, que lhe provocaria o cancro que o matou anos depois –, as “duas chapadas na cara” que lhe foram dadas por um qualquer esbirro do regime, para que confessasse os nomes dos cabecilhas da greve, já foram um preço inconcebível. A dureza da vida no Alentejo nesses anos de penúria e repressão, para quem nasceu e vive como alentejano, não é uma mera “recordação”, é sim um elemento que se inscreve na própria identidade alentejana, pois a sua força é indissociável da resistência (em geral silenciada pela ameaça, nos anos de chumbo do salazarismo). O ressentimento cultivado por comunidades inteiras, por terem sido pisadas décadas a fio pelos protegidos do regime, não apagou o afeto, mas, para um alentejano, este não se mede pelo palavreado fácil. Pessoalmente sinto-o no acolhimento, no sorriso largo, na oferta de guarida ou do almoço, de braços abertos, em cada viagem às origens. Cada regresso é como um aconchego no seio de uma grande família cujos gestos protetores se perpetuam através das gerações. As caras de hoje, umas mais jovens, talvez de terceira geração, outras mais enrugadas – as que ainda reconheço –, foram transmutadas pelo tempo, mas é a mesma família. Felizmente, as conquistas democráticas devolveram alguma dignidade ao Alentejo, mas apesar do envelhe-

cimento demográfico, não apagaram essa força cultural que hoje é reconhecida em diversos domínios patrimoniais, com destaque para os grupos corais ou a viola campaniça.

Os fluxos migratórios dos anos sessenta também marcaram a região e até aqueles que, como eu, não tiveram de atravessar fronteiras “a salto” para fugir da miséria (ou da guerra), foram reinventar a identidade do Alentejo para outras paragens, menos rurais mas ainda assim com um agudo sentido comunitário. Por exemplo, o bairro de Moscavide, onde vivi na década de 1970, forneceu-me o contexto suburbano onde as referências alentejanas se misturavam com outras origens. A chamada “cintura industrial de Lisboa” tem uma forte ligação ao Alentejo, como atestam os diversos movimentos de solidariedade com as lutas de mineiros (nomeadamente os de Aljustrel) e assalariados agrícolas alentejanos. E na margem sul do Tejo, na CUF, na Lisnave, na Setenave ou nas povoações de Almada, Barreiro ou Baixa da Banheira e de um modo geral nos municípios do distrito de Setúbal, a “marca Alentejo” permanece bem visível, incluindo nos nomes e noutros traços culturais reinventados a partir dos vínculos com a região. A riqueza artesanal, musical e gastronómica, recriam-se nas segundas e terceiras gerações que não perderam a memória e tudo isso se soma aos muitos milhares de portugueses que, não tendo nascido no Alentejo, sentem uma profunda identificação com a sua cultura e até com a própria geografia.

Mas a profundidade afetiva e identitária a que me refiro, apesar de se manifestar no sentido coletivista e na solidariedade, não dilui, muito menos apaga, as diferenças individuais, pelo que, independentemente dos percursos de cada um, as raízes e as origens sociais não se escondem nem se desprezam, nem pelo mais bem-sucedido cosmopolita ali nascido. Um alentejano assumido pode ficar ou partir, mas mesmo quando parte nunca se separa. Caminha pelo mundo com o Alentejo na alma. ●



© MARCOS BORGA

ra – os tais que colhem mirtilos para a nossa dose diária de antioxidantes. À época, escrevi sobre como o litoral alentejano só é idílico para alguns. Está visto que as planícies do interior também.

O esquema funciona assim: um capataz da rede criminosa recruta trabalhadores no estrangeiro – na sua maioria, provenientes da Roménia, Moldávia, Índia, Paquistão, Senegal, Argélia, Marrocos – prometendo bons salários na agricultura em Portugal. Por cá, vende a “empreitada” de trabalho a um proprietário rural português. Aliciados pelo desejo de melhorar a sua vida, os migrantes vêm para Portugal (muitas vezes, endividando-se para pagar a viagem) e são recebidos numa armadilha. A máfia apreende os passaportes, cativa os salários, e mantém estas pessoas a trabalhar em regime de escravidão nos campos portugueses, sob ameaça de violência física. Vivem subnutridos e em condições miseráveis. Os donos dos campos alegam não saber de nada. Entre os detidos na operação, está uma solicitadora portuguesa, suspeita de ajudar a forjar contratos de trabalho com empresas-fantasma. Estão os senhorios das casas alugadas à rede de tráfico. A colaboração do lado de cá é clara.

Nada disto é novidade para a Organização Internacional para as Migrações da ONU. Em entrevista à Lusa, o chefe da missão

da OIM, Vasco Malta, adiantou que a organização está há dois anos a alertar para a existência destas redes no Alentejo. De acordo com a agência das Nações Unidas, a resposta está na regulação do processo migratório eficaz e transparente, da origem ao destino (Portugal, neste caso), que proteja os migrantes de cair nas mãos dos traficantes. Só uma migração regulada, feita “às claras”, protegerá os cidadãos destas teias criminosas. Não basta desmantelar as redes, a posteriori. O combate ao problema está na prevenção, na política migratória e na proteção laboral.

De pouco nos vale pedir comentários aos governantes sobre os direitos humanos no Qatar, seguir hashtags e influencers, vestir a t-shirt da Amnistia, se assobiamos para o lado quando a escravatura joga em casa. A defesa dos direitos fundamentais começa em Portugal, na garantia de proteção laboral e condições dignas para todos. Estamos longe disso. O desmantelamento de uma rede desta escala é sempre boa notícia, mas falta virar uma página na política: a da escravatura e da precariedade, que é a mesma. Página que, em boa verdade, nunca se virou no país – e em particular no Alentejo, terra rasa, toda coberta de pão. Sabemos que teremos sempre Cuba do Alentejo. Já estava na hora de abolir o Qatar do Alentejo. ●

## ARREDORES

# Reguengos de Monsaraz comemora 18.º aniversário de elevação a cidade

SANDRA CASTRO  
arredores@vilaraiana.pt

**R**eguengos de Monsaraz assina 18 anos desde a sua elevação à categoria administrativa de cidade no dia 8 de dezembro. A celebração irá ocorrer pelas 21h30, no Auditório Municipal de Reguengos de Monsaraz, e conta com o concerto “Melodias de Sempre”, com Pedro Zagalo e João Mendonza.

**A autarquia atribuirá medalhas a personalidades, instituições e empresas que se destacaram pelos seus feitos em várias categorias, contribuindo para o engrandecimento e o prestígio do concelho.**

O Núcleo de Reguengos de Monsaraz da Liga dos Combatentes e a Santa Casa da Misericórdia de Monsaraz serão premiados com a Medalha de Ouro, bem como o Dr. José Car-

los Singéis, a título póstumo. A ANI+ Reguengos – Associação de Proteção de Animais de Reguengos de Monsaraz, será premiada com a Medalha de Mérito Cívico por promover a luta contra o abandono e maus tratos aos animais.

A Associação de Reformados, Pensionistas e Idosos de Santo António do Baldio e o Centro Social Paroquial de Nossa Senhora do Rosário de São Pedro do Corval, instituições que promovem o bem-estar e a qualidade de vida dos utentes das suas estruturas, dos centros de dia e no apoio domiciliário irão receber a Medalha de Mérito Social.

A Medalha de Bons Serviços e Dedicção ao Município de Reguengos de Monsaraz vai ser atribuída aos trabalhadores municipais que executaram as suas funções, com mérito, dedicação e assiduidade dignos de destaque. António Marcão que se aposentou com 25 anos de serviço efetivo vai receber a Medalha de Prata e Carmelita Valadas, Manuel Fernandes e Maria Fernandes, que se reformaram com 15 anos de serviço efetivo, vão receber a Medalha de Bronze. ●



© ECCLESIA

## Vírus afeta bovinos em Villanueva

JUAN FONSECA  
arredores@vilaraiana.pt

Primeiro caso na Extremadura da **doença hemorrágica epizoótica**; uma doença que os insetos transmitem aos ruminantes, mas não ao homem. Foi detectado em uma fazenda bovina em Villanueva del Fresno, em Badajoz, conforme confirmado pela Junta através do Laboratório Nacional Argente Regency. A fazenda de gado notificou o Serviço Veterinário da região de Jerez de los Caballeros sobre os sintomas desta doença em uma vaca. É o nono caso na Espanha; os primeiros 8 ocorreram nas 3 províncias de Cádiz, Sevilha e Huelva. A suspeita surgiu após a comunicação aos Serviços Veterinários Oficiais

da região de Jerez de los Caballeros de um bovino com sinais clínicos compatíveis com a doença. Após a revisão clínica, as amostras foram coletadas para conformação no Laboratório Nacional de Referência.

A EHE é uma doença infecciosa vetorial não contagiosa, transmitida por insetos. Em bovinos, pode produzir sintomas moderados e autolimitados por cerca de duas semanas. Os ovinos são susceptíveis à infecção, mas pouco à doença clínica, e os caprinos são muito pouco susceptíveis à infecção. É uma doença que afeta gravemente os veados, podendo afetar também gamos e corços. ●

## BREVES

### Póvoa de São Miguel reconhece alunos com os Prémios de Mérito Escolar

MARIA PIRES ROSADO  
alentejo@vilaraiana.pt

A cerimónia de entrega dos Prémios de Mérito Escolar aos alunos do 4.º, 6.º e 9.º ano com melhor desempenho no ano lectivo 2021/22, decorreu no dia 27 de novembro no estabelecimento de ensino EBI de Póvoa de São Miguel.

A entrega dos diplomas e do vale financeiro aos alunos premiados, foram realizados pela directora e professora, Alice Rocha e pelo director cessante, professor Francisco Pereira, que aproveitaram a ocasião para dar os parabéns aos estudantes “pelo bom desempenho académico”, conforme informação.

Marcaram presença, além da comunidade educativa da EBI, alunos, pais e Encarregados de Educação e professoras, assim como o Presidente da Freguesia, António Montezo e a Coordenadora de ensino Profª. Delfina Veladas. ●

### Construção de Praia Fluvial em Moura

JOANA CASTRO  
alentejo@vilaraiana.pt

A CM de Moura anuncia que vai entregar a construção da Praia Fluvial na quinta-feira, dia 22 de dezembro, à empresa vencedora do concurso. A obra arranca no início do próximo ano com um prazo de concretização de 180 dias e representa um investimento de cerca de 1 milhão e 400 mil euros.

Este investimento está integrado no projeto da Estação Náutica de Moura que pretende potenciar o desenvolvimento de competências no setor da náutica e promover a região como destino turístico. ●

## O NOSSO PATRIMÓNIO

# Chaminé Mourisca

## A herança árabe dos nossos antepassados

**HISTÓRIA** ● *Estas chaminés cilíndricas, vestígios que mantêm viva a passagem da cultura árabe por este local, sobressaem nos telhados de algumas casas. nesse tempo, o tamanho das mesmas representava o estatuto social do seu proprietário. Ao longo dos tempos muitas foram sendo demolidas, perdendo-se, assim, um pouco do legado histórico da freguesia.*



FRANCISCO CAMPOS  
saberesterra@vilaraiana.pt

Uma das grandes riquezas patrimoniais da vila de Mourão são as dezenas de chaminés mouriscas que lhe permitem apresentar uma arquitetura urbana bastante singular e distinta das povoações vizinhas. No “Inventário Artístico do Distrito de Évora”, Túlio Espanca chama-lhes “pitorescas chaminés de fuga cilíndrica”, assinala a sua edificação nas construções civis de feição popular e sublinha o seu carácter “absolutamente diferenciado das do Alto Alentejo” aproximando-se mais das tradicionais chaminés algarvias.

A origem árabe destas chaminés assenta na tradição popular não existindo qualquer fonte histórica que o permita confirmar. Os desenhos panorâmicos de Mourão publicados no “Livro

das Fortalezas” de Duarte de Armas, no início do século XVI, não nos mostram qualquer chaminé com estas características o que, em todo o caso, poderá apenas significar que estas construções não mereceram a atenção do autor. Independentemente da sua origem, a paisagem urbana de Mourão é hoje marcada por estas ‘chaminés cilíndricas, as maiores das quais com três metros de altura e um diâmetro de um metro, outras um pouco menos imponentes. “Pode afirmar-se que o seu tamanho era também uma representação do estatuto social de quem a mandava edificar. Ainda hoje se vêem em Mourão duas chaminés numa mesma casa, uma casa abastada para a época”, aponta Regina Branco no âmbito de um trabalho efetuado no Departamento de História da Universidade de Évora.

Por regra, a chaminé, cuja abóbada era construída em ladrilhos de barro unidos com cal e gesso, ocupava um lugar de relevo no interior da habitação. Situada geralmente na entrada da casa, a sua grande dimensão permitia-lhe outras funções para além das habituais, sendo um espaço de convívio entre os moradores e um local adequado para receber os visitantes. ●



© HENRIQUE MIRA GODINHO

## PERSONALIDADES DE MOURÃO

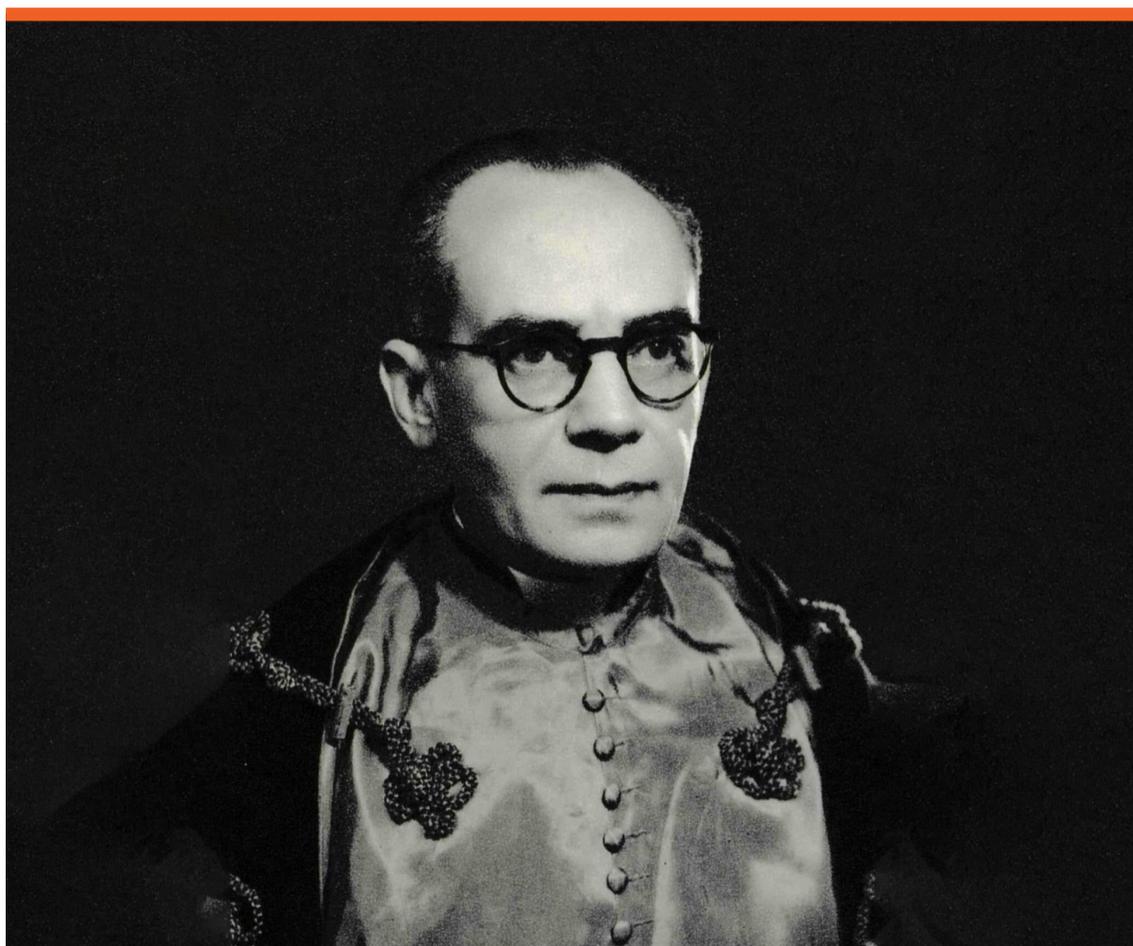
## Alcântara Guerreiro

## HISTÓRIA ●

*Um padre que muito deu ao concelho, além de ter criado o antigo jornal O Mouranense, um jornal muito querido para a população, foi também uma pessoa que contribuiu em massa para o estudo da história da vila de Mourão.*



JOAQUIM PALMILHA SILVA  
saberesterra@vilaraiana.pt



Jerónimo Alcântara Guerreiro. © ARQUIVO MUNICIPAL DE MOURÃO

**P**edimos licença para dizer aos leitores que não estamos a exagerar, ao escrever estes breves apontamentos sobre Jerónimo de Alcântara Guerreiro que, vindo de Mourão, onde nasceu em 1899, para frequentar o Liceu de Évora, foi um dos seus brilhantes alunos, tendo terminado o curso com mérito não vulgar na época.

Isto é, pedimos ao leitor que conserve alguma paciência para nos ler, pois vamos falar (recordar!) de um invulgar filho de Mourão e membro ilustre da Arquidiocese de Évora. Porque este homem, de todos os jovens do seu tempo, era o mais competente e estudioso ou porque os aperfeiçoamentos que, através da vida, Deus sempre proporciona a todos.

O facto é que sobre a sua personalidade tudo actuava como para produzir uma autêntica obra-prima de espiritualidade, de saber e de competência, com o suplemento de amor a Mourão, sua vila natal.

Porque este homem, de todos os jovens do seu tempo, era o mais competente e estudioso ou porque os aperfeiçoamentos que, através da vida, Deus sempre proporciona a todos.

Jerónimo de Alcântara Guerreiro licenciou-se em Matemática na Universidade de Lisboa e, depois, não hesitou em partir para Coimbra onde, veja o leitor o entusiasmo, tirou o curso de Engenheiro Geógrafo, na respectiva Universidade. Às vezes, a vocação sacerdotal manifesta-se como um lampejo, uma revelação que resulta brilhantíssima.

Em 1928, Jerónimo de Alcântara Guerreiro entrou para o Seminário Maior de Évora. Frequentou posteriormente a Universidade de Estrasburgo e o Instituto Católico de Toulouse (França), para os cursos de Teologia e Direita Canónica.

Ordenado sacerdote em 1933, vamos encontrar a sua forte ligação à terra, a qual nos pode fazer imaginar como o mundo do Evangelho o transportava para

a prática de um gesto de amor de efeito emblemático: À sua primeira missa foi celebrada em Mourão.

Nomeado Cônego da Sé (catedral) de Évora em 1937, fundador e um dos pioneiros do Colégio Nuno Álvares (Évora), tendo sucessivamente exercido a docência nos Seminários de Évora e Almada. Em 1941, partiu para Moçambique, tendo aí dinguído com competência acima da média a Escola Técnica de Lourenço Marques (actual Maputo). Homem de múltiplas actividades, sonhando sempre através da pedagogia acender pequenas notas espirituais no mundo, desenvolveu intensa actividade cultural aos microfones do Rádio Clube, naquela cidade africana.

Agraciado pelo Presidente da República (general Craveiro Lopes) com o oficialato da Ordem de Santiago Espada, veio a ser vogal do Conselho Ultramarino. Em 1958 regressou à Arquidiocese de Évora, encetando uma fase da sua vida

que é testemunho de todas as suas competências, que ainda hoje nos comove e faz com que a sua passagem neste mundo e a sua partida para o Pai (ocorrida em Mourão no ano de 1984) tenha deixado em nós a expressão física da ausência, mas a presença espiritual e a obra que, página a página, nos lembra o seu amor à Região, à sua terra e aos seus habitantes. Em 1958, foi nomeado Chanceler e Arquivista da Cúria, ao mesmo tempo que voltou a leccionar no Seminário Maior de Évora. Entretanto, desempenhou as funções de vogal na «Comissão Municipal de Arte, Arqueologia e Defesa do Património» (Évora).

O papa João XXIII nomeou-o Chantre da Sé (1961) e, em 1962, veio a ser nomeado Camareiro-privado de Sua Santidade. Em 1973, o papa Paulo VI nomeou Jerónimo de Alcântara Guerreiro, Deão da Sé de Évora. Isto é, dignitário eclesiástico que preside ao Cabido.

Considerado um autêntico «gentleman» da Igreja eborense, figura distinta e erudita, conversador e estudioso que sabia, no seio dos contrastes do mundo, manter uma calma moderação afinada pelo bom senso cristão e pelo espírito católico do seu tempo, ainda exerceu o cargo de Presidente dos bens da Arquidiocese de Évora.

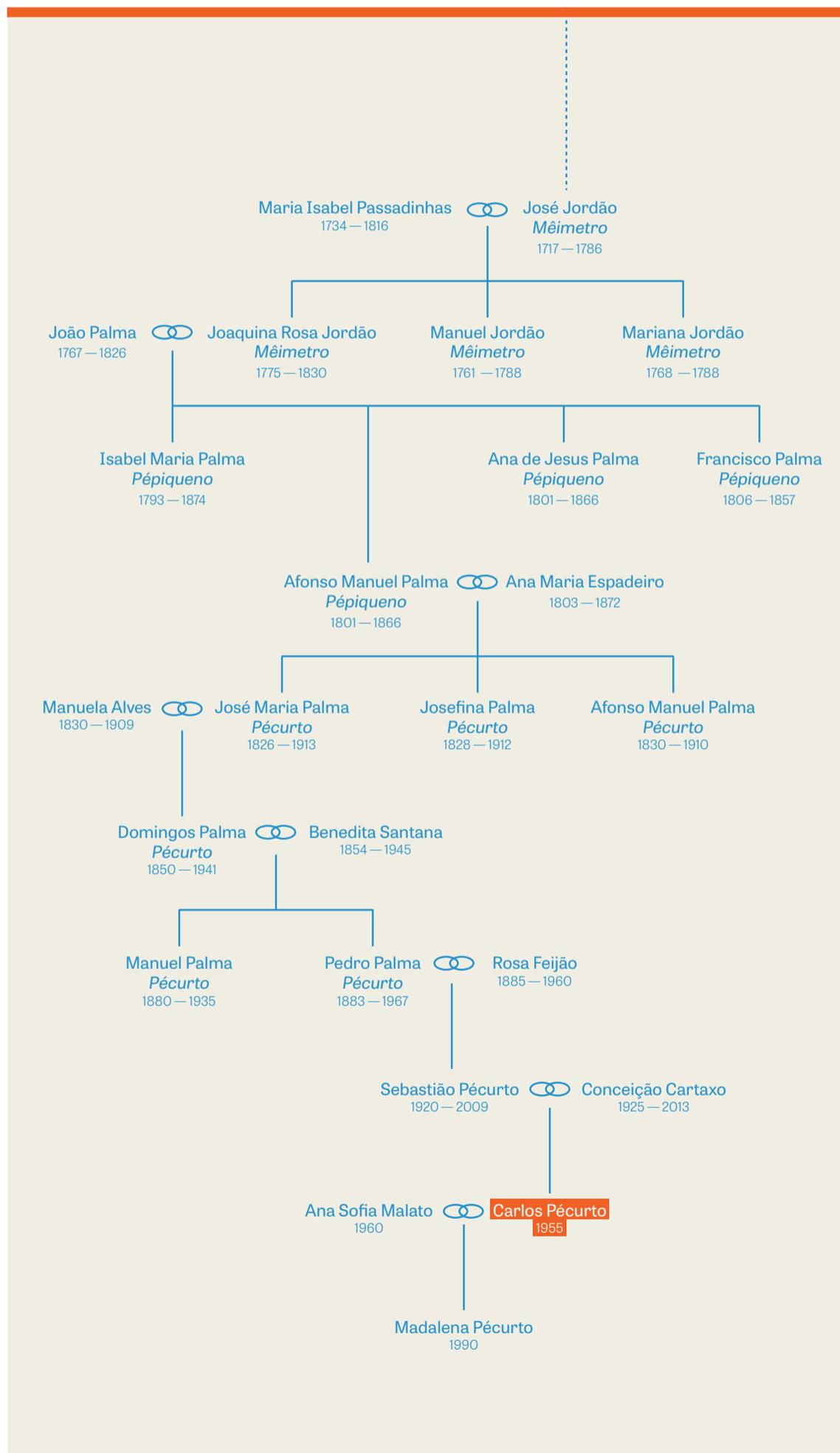
O autor destas linhas (memória de um miúdo), ainda conheceu o deão Alcântara Guerreiro, naturalmente já com o peso dos anos sobre os ombros, durante as prolongadas visitas de férias a sua família residente em Mourão, a ele lhe ficou a dever o despertar para o sentido da memória histórica de todas as coisas e de todos os Homens e, por isso, lembra aqui a surpresa e o espírito vivo dos seus ensinamentos, sempre dados com um sorriso, como quem conta um conto.

O deão Jerónimo de Alcântara Guerreiro, dedicou parte substancial do seu tempo livre à investigação histórica, deixando colaboração dispersa (cuja consulta é indispensável para qualquer investigador sobre coisas de Évora e de Mourão), na revista A Cidade de Évora (edição da Câmara Municipal de Évora), Boletim da Junta de Província do Alto Alentejo e, naturalmente e sempre, o semanário «a defesa». A Câmara Municipal de Mourão ofertou-lhe a medalha de honra do Concelho, e deu o seu nome a um bairro social. Os seus trabalhos sobre a história da Igreja Eborense são indispensáveis, mas a sua terra natal, deve-lhe os primeiros trabalhos de sistemática investigação histórica. Lembramos: Mourão nos Séculos XIII a XVII (Elementos para a sua História), in Boletim n.º 4 da «Junta Distrital de Évora», ano de 1963.

Nesta entrada do mês mais importante, o do Natal, eu não podia dar ao Mourão da minha infância senão o que tinha, e o que tinha, (ai de mim, que tão mal me explico), era esta síntese e memória de Jerónimo de Alcântara Guerreiro, que tive o privilégio de conhecer. ●

## AS RAÍZES DO PASSADO

## A família Pécurto



## HISTÓRIA ●

No Alentejo, é muito comum haver alcunhas que representam as famílias, muitas delas nascem das tradições, profissões ou características que um dos membros representa ou possui.

No próximo ano, o jornal VILA RAIANA vai fazer um levantamento das famílias e dos seus antepassados, bem como dos nomes e alcunhas da população de Mourão e encontrar a sua razão de ser.

Há vários sobrenomes bizarros que surgiram, pelo menos, há mais de 100 anos e que são comuns no Alentejo. Começaram como alcunhas e passaram de pais para filhos.

Ler uma ata da Câmara Municipal de Évora com os nomes dos candidatos a um concurso público, numa lista de 14 páginas, tem tudo para ser uma tarefa aborrecida. Mas o tédio rapidamente é substituído por estranheza quando se lê alguns dos nomes: Antónia Pouca Roupa, Daniel Ai-Ai, Vera Fezes, Estrela Pécurto. Como terão surgido apelidos tão bizarros? A pergunta já foi respondida. Aliás, há toda uma ciência que estuda os nomes e que explica como apareceram os apelidos, a antroponímia. Mais: também há livros escritos sobre a questão, em particular a forma como surgiram os sobrenomes alentejanos.

Carlos Pécurto é um deles, mas não se incomoda com o apelido que vem da expressão pé curto. Quem terá sido o primeiro na família com pés pequenos? Não se sabe exatamente, mas calcula-se com a recolha da sua herança genealógica que remete o seu nome até ao seu avô em 7.º grau que vivia em Évora, segundo o que podemos apurar. “Há vários Pécurto no Alentejo”, refere Carlos Pécurto. ●



SUSANA LÚCIO

saberesterra@vilaraiana.pt



Carlos Pécurto. © JOSÉ FONSECA

## ATIVIDADES CULTURAIS

# Museu da Luz mostra “A Cor do Património” de Duarte Botelho

ANTÓNIO JORDÃO  
agenda@vilaraiana.pt

Como diz a canção “Se fores ao Alentejo, vai, vai, vai, vai, vai...” e Duarte Botelho por cá ficou. Apaixonado pelo Alentejo, com o apoio da E.D.I.A. e do Museu da Luz, apresenta a exposição individual de pintura com enfoque em temas no património arquitetónico alentejano, apresentando também temas de outros pontos do país, incluindo das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.

Tendo iniciado o curso de pintura na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa, transitou posteriormente para o Departamento de Arquitetura em que foi bolseiro da Fundação Calouste Gulbenkian e se licenciou em 1978. Com um tratamento

rigoroso da arquitetura e a utilização de harmonias cromáticas vibrantes, chama a atenção para a riqueza do nosso património histórico-arquitetónico.

“A Cor do Património” é o título da exposição que vai ser inaugurada, **dia 13 de Dezembro, no Museu da Luz**, na aldeia do mesmo nome, a ‘dois passos’ da albufeira do Alqueva, no concelho de Mourão (Évora).

Segundo a Empresa de Desenvolvimento e Infraestruturas do Alqueva (EDIA), trata-se de uma exposição individual de pintura, da autoria do pintor Duarte Botelho, e que foca sobretudo temas do património arquitetónico alentejano, mas também de outros pontos do país, incluindo das regiões autónomas da Madeira e dos Açores.

A mostra, cuja inauguração está agendada para as 16:30, vai poder ser visitada pelo público até da 29 de janeiro de 2023. ●



©MUSEU DA LUZ

## BREVES

### Açorda vai ser “rainha” em Mourão

ANA SOFIA MENDEIROS  
atividadesculturais@vilaraiana.pt

O Município de Mourão irá promover, **entre os dias 05 de janeiro e 05 de fevereiro, “Os Sabores de Mourão - Mês da Açorda”, nos restaurantes aderentes do Concelho**, esta iniciativa irá desafiar os restaurantes a aliar a tradição à inovação, criando Açordas de excelência gastronómica.

Em nota enviada à nossa redação, o Município dá conta que as açordas, de origem pobre e rural enriqueceram a gastronomia alentejana através dos sabores singelos que se encontrou com a adição do pão (preferencialmente duro), dos coentros, dos poejos, do alho, do azeite, do sal e da água quente.

“Os Sabores de Mourão - Mês da Açorda”, uma campanha para aliciar e trazer aos estabelecimentos de restauração do concelho os muitos turistas e visitantes sendo mais um motivo para uma escapadela de fim-de-semana. A açorda é uma das tradições gastronómicas do concelho, venha conhecer e marque já na sua agenda a data do festival. ●

## Mercado de Natal em Mourão

ANA MARQUES MAIA  
atividadesculturais@vilaraiana.pt

Entre dia 05 e 31 de dezembro, irá decorrer o que é, segundo a autarquia, “um espaço de fantasia e de magia para toda a comunidade do concelho de Mourão e para quem nos quiser visitar nesta quadra.” Este evento também irá ter a sua habitual mostra de artesanato, produtos locais e regionais, ideal para fazer as suas compras de Natal sem esquecer as muitas diversões para miúdos e graúdos.

De destacar também o Teatro Musical para os mais pequenos “Kiko, o duende que não gostava de

trabalhar”, promovido pelo Município no âmbito do programa “Fora de Cena”, no dia 10 de dezembro com início às 18h no Salão Paroquial de Mourão com entradas gratuitas.

O espetáculo de fantoches “O João pateta no Natal” irá estar patente no dia 08 de dezembro, pelas 15h na Sociedade Recreativa Luzense, e no dia 11 de dezembro pelas 15h na Casa do Povo de Granja.

O Mercado de Natal “é um momento importante de reunião da comunidade do concelho, desde os mais pequenos até aos seniores e de mostra do que o concelho tem para dar”, indicou a autarquia. ●

## Exposição de fotografia sobre a aldeia da Luz

MARIA PIRES ROSADO  
atividadesculturais@vilaraiana.pt

A Galeria Municipal de Mourão inaugura no dia 7 de dezembro, pelas 17h30 a exposição “LA NUEVA LUZ - memória de un traslado” da autoria de José María Ballester.

Esta exposição fotográfica, patente até dia 26 de dezembro na Galeria municipal e realizada por José María Ballester com o apoio do Gabinete de Iniciativas Transfronteiriças, procura refletir a memória da aldeia da

Luz e da sua envolvente, cujos habitantes foram obrigados a deslocar-se devido à construção da Albufeira de Alqueva que submergiu a antiga aldeia.

Este relatório constitui uma memória gráfica da Luz, com fotografias a preto e branco das suas paisagens, ruas, casas, habitantes, moinhos, artesanato, festas, etc., tudo o que faz parte do ser e do futuro de uma aldeia, bem como a transferência de seus habitantes e pertences para um novo local. ●

## Em Mourão há concerto de Natal

ALEXANDRA FARIA  
atividadesculturais@vilaraiana.pt

Para celebrar as festividades do mês de dezembro, o Município de Mourão organizou um conjunto de atividades e eventos temáticos do Natal e, por isso, convida toda a população a estar presente no Concerto de Natal, no dia 18 de dezembro pelas 21h30 na Igreja Matriz de Nossa Senhora das Candeias.

Este concerto será abrilhantado pelo Grupo Coral da Granja Granjarte com o “Cante ao Menino” seguido do Grupo Voz Amiga.

Para conhecer as restantes atividades, veja a nossa agenda. ●

# Agenda Cultural

## Dezembro 2022

### MOURÃO

#### EXPOSIÇÃO

**“La Nueva Luz -  
memória  
de un traslado”**

07 — 26 de Dezembro  
● Galeria Municipal

#### MERCADO

**Mercado de Natal**

10 de Dezembro  
● Jardim Municipal

#### EXPOSIÇÃO

**“A Cor do  
Património”**

13 — 26 de Janeiro  
● Galeria Municipal



#### ATIVIDADE CULTURAL

**Atividades de Natal**

18 — 22 de Dezembro  
26 — 29 de Dezembro  
● Oficina Mourisca

Tapeçaria Criativa  
Biscoitos Divertidos  
Dança  
Cerâmica  
Atividades Desportivas

#### ATIVIDADE MUSICAL

**Concerto de Natal**

18 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 21:30h

Grupo Coral da Granja  
Grupo Voz Amiga

#### ATIVIDADE DESPORTIVA

**Caminhada  
de Natal**

21 de Dezembro  
● Ginásio Municipal — 9h

#### ATIVIDADE RELIGIOSA

**Missa do Galo**

24 de Dezembro  
● Igreja de São Braz  
Granja — 18:30h

● Santuário de Nossa Sr. da Luz  
Luz — 20h

● Igreja de Nossa Sr. das Candeias  
Mourão — 22h



#### ATIVIDADE CULTURAL

**Fogo de Artifício  
da Passagem  
do Ano**

31 de Dezembro  
● Castelo de Mourão — 23:59h

### REGUENGOS DE MONSARAZ

#### ATIVIDADE MUSICAL

**Conto Musical  
“Malvico Sarapico -  
Duende Mafarrico”**

09 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 17h

#### ATIVIDADE CULTURAL

**Espectáculo de Natal**

10 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 16:30h

Conservatório Regional  
do Alto Alentejo

#### EXPOSIÇÃO

**“Museu Coleção  
Vintém”**

13 de Dez — 13 de Mai  
● Igreja de Santiago

#### ATIVIDADES CULTURAIS

**Natal no jardim**

15 de Dezembro  
● Jardim Municipal

#### EXPOSIÇÕES

**“Espírito de la Índia”**

17 de Dez — 12 de Fev  
● Igreja de Santiago

### MOURA

#### ATIVIDADE CULTURAL

**Castelo Encantado**

30 de Nov — 06 de Jan  
● Castelo de Moura



#### ATIVIDADE CULTURAL

**Peça de Teatro  
“Tudo e mais um  
par de botas”**

04 de Dezembro  
● Castelo de Moura — 15h

#### ATIVIDADE MUSICAL

**Concerto  
“Os Leões”**

11 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 15h

Associação Cultural Orquestra  
do Alentejo Central

#### EXPOSIÇÕES

**“Hora do Natal”**

13 — 22 de Dezembro  
● Jardim Municipal

### ÉVORA

#### EXPOSIÇÕES

**“Tisanas, Infusões  
para tempos  
próximos”**

09 de Nov — 31 de Dez

● Centro de Arte e Cultura da  
Fundação Eugénio de Almeida



#### ATIVIDADE MUSICAL

**Concerto de Natal**

23 de Dezembro  
● Auditório Mariana — 16:30h

Banda Castro Verde  
Grupo Coral da Granja  
Grupo Voz Amiga



#### MERCADOS

**Feira de Natal**

25 de Dezembro  
● Praça Giraldo

## DESPORTO

# 15.<sup>a</sup> Gala do desporto do Alentejo Central

MARIA OLIVEIRA  
desporto@vilaraiana.pt

A CIMAC - Comunidade Intermunicipal do Alentejo Central e a Câmara Municipal de Vendas Novas organizaram este ano a 15.<sup>a</sup> Gala do Desporto do Alentejo Central, que decorreu no dia de ontem 25 de novembro, pelas 21h30, no Fórum Cultural “A Praça”, em Vendas Novas, onde foi prestada uma homenagem a cerca de 150 atletas da região, pelos resultados obtidos na época desportiva 2020/2021.

Este ano somaram-se 48 homenagens individuais e 96 homenagens coletivas, de 18 equipas, atribuídas a atletas/equipas de 17 modalidades: Andebol, Atletismo, Atletismo Adaptado, Badminton, Basquetebol, Ciclismo, Desportos Combate – Kickboxing e Muaythai, Desportos Gímnicos – Trampolins, Natação Artística, Paraquedismo, Patinagem Artística, Pentatlo Moderno, Pesca Desportiva, Pólo Aquático, Rugby, Triatlo e Xadrez.

Foram também atribuídas 6 Homenagens de Prestígio, nas seguintes categorias: Prémio Carreira, Prémio Menção Honrosa, Prémio Formação Desportiva, Prémio Gala do Desporto do Alentejo Central, Prémio Clube do Ano e por último o Prémio Ética Desportiva, patrocinado pelo IPDJ – Instituto Português do Desporto e Juventude.

A CIMAC os seus municípios associados realizam anualmente a Gala do Desporto do Alentejo Central, cujo objetivo principal é distinguir e premiar os “Campeões” do Alentejo Central que alcançaram posições cimeiras no panorama nacional, nas mais diversas modalidades, em cada época desportiva.

Em Mourão o número de atletas é cada vez maior, o desporto é uma prática muito importante.

**Uma das campeãs do Alentejo foi Lara Gomes, jovem residente no concelho de Mourão,** recebendo o prémio pelas mãos do presidente da Câmara Municipal de Mourão João Fortes. ●



Lara Gomes, uma das campeãs e residente em Mourão. ©CÁTIA PIMENTA

## BREVES

### Bolsas de Mérito Desportivo

JOÃO MIGUEL SAMPAIO  
desporto@vilaraiana.pt

Sendo o desporto cada vez mais um fator de identificação cultural, um promotor de desenvolvimento económico e um vetor importante na formação de gerações, ao mesmo tempo que contribui para hábitos de vida saudáveis; de igual forma, desempenha uma importante função socioeconómicas, a CM de Mourão criou a atribuição de Bolsas de Mérito Desportivo com o objetivo de incentivar o empenho e premiar o desempenho dos atletas do Município.

É ainda necessário incentivar os atletas a prosseguir a sua formação desportiva e apoiar os atletas de competição nas despesas inerentes à aquisição de material desportivo essencial ao desenvolvimento da sua atividade.

Assim, a CM de Mourão, informou toda a população que as inscrições para atribuição de Bolsas de Mérito Desportivo já se encontram abertas até ao dia 30 de dezembro de 2022 na Biblioteca Municipal. ●

## Critério de Corta-Mato Paulo Guerra regressa a Mourão



©RÁDIO CAMPANÁRIO

JOÃO ESPADEIRO  
desporto@vilaraiana.pt

Mourão recebe na segunda semana do mês de dezembro, dia 15, a segunda prova do XXIII Critério de Corta-Mato Paulo Guerra.

Além do concelho de Mourão, Borba, Portel, Viana do Alentejo, Montemor-o-Novo, Évora, Vendas Novas, Reguengos de Monsaraz, Mora e Redondo são os municípios do Alentejo Central que irão acolher as provas desta iniciativa desportiva.

Trata-se de uma organização entre a Associação de Atletismo de

Évora, a Comunidade Intermunicipal do Alentejo Central e o Município. A prova decorre no Parque de Feiras, no período da tarde. O XXIII Critério de Corta Mato Paulo Guerra conta, nesta edição, com um total de oito provas.

O Critério Corta-Mato Paulo Guerra pretende motivar a participação de atletas e clubes filiados na Associação de Atletismo de Évora neste tipo de provas, envolver os municípios do Alentejo Central com o seu importante contributo para o êxito da iniciativa e para a divulgação da modalidade, e os Estabelecimentos de Ensino locais, promovendo o Desporto Escolar.

O nome desta iniciativa desportiva homenageia Paulo Guerra, que representou o Grupo Desportivo Diana e o Lusitano Arraiolense, tornando-se uma figura a nível mundial ao conquistar, na época de corta-mato 98/99, a medalha de bronze no Mundial da especialidade. ●

## Caminhada de Natal

DANIELA CAMÕES  
desporto@vilaraiana.pt

De modo a celebrar esta quadra natalícia que se avizinha, no dia 21 de dezembro a partir das 18 horas, irá haver uma caminhada de Natal no concelho de Mourão.

Vamos apreciar o sol de inverno nos campos do alentejo, ver as luzes e as decorações de Natal espalhadas pelo concelho e acabar com um pôr do sol no Castelo. Pretende-se incentivar a prática de exercício físico na população de Mourão num momento social e de descontração.

As inscrições são até dia 18 de dezembro no Balcão Único, Ginásio Municipal ou através do e-mail: desporto@cm-mourao.pt. ●

## Jogos

### Palavras Cruzadas

1	2	3	4	5	6	7	8
9							10
11			12			13	
		14				15	
16	17				18		
19				20			
21			22				23
24			25			26	
27							

**Horizontais:**

1. Relativo a solar (casa nobre). 9. Dar o seu parecer. 10. Antes de Cristo (abrev.). 11. Autores (abrev.). 12. Atrela. 14. Pequeno ferimento. 15. Senão. 16. Círculo luminoso que se observa às vezes no disco do Sol e dos planetas. 18. Criança (Bras.). 19. Época. 20. Argola. 21. Doida. 23. Prefixo (negação). 24. Nome da letra R. 25. Impulso que o remo imprime ao barco. 27. Beijoqueiro.

**Horizontais:**

1. Solarengo. 9. Opinar. 10. AC. 12. Engata. 14. Axe. 15. Mas. 16. Halo. 18. Guri. 19. Era. 20. Aro. 21. Insa-na. 23. In. 24. Rê. 25. Remada. 27. Osculador.

**Verticais:**

1. Exposto ao Sol, quente. 2. Oferta Pública de Aquisição (acrónimo). 3. Recitei. 4. Ficheiro incluído no correio (Informática). 5. Indivíduo pertencente a uma casta nobre, na Índia. 6. Unidade de trabalho no sistema CGS. 7. Reprovar num exame (académico). 8. Originar. 13. Agastamento. 14. Fileiras. 17. Espécie de cinto de segurança para escalada. 18. Milésima parte do quilograma. 20. Elo. 22. Espécie de sapo da região do Amazonas (Bras.). 23. Partido. 26. Abreviatura de Anno Domini.

**Verticais:**

1. Soalheiro. 2. Opa. 3. Li. 4. Anexo. 5. Rane. 6. Erg. 7. Gatar. 8. Ocasio-nar. 13. Amuo. 14. Alas. 17. Arnês. 18. Grama. 20. Anel. 22. Aru. 23. Ido. 26. AD.

### Contactos

EMERGÊNCIA NACIONAL  
112

SAÚDE 24  
808 24 24 24

BOMBEIROS DE MOURÃO  
266 586 220

GNR MOURÃO  
266 586 122

CENTRO DE SAÚDE DE MOURÃO  
266 568 120

HOSPITAL DO ESPÍRITO SANTO DE ÉVORA  
266 740 100

FARMÁCIA CENTRAL - MOURÃO  
266 586 044

CÂMARA MUNICIPAL DE MOURÃO  
266 560 010

JUNTA DE FREGUESIA DE MOURÃO  
266 586 432

JUNTA DE FREGUESIA DE LUZ  
266 560 260

JUNTA DE FREGUESIA DE GRANJA  
266 577 161

## Sudoku

O objetivo do jogo é completar todos os quadrados utilizando números de 1 a 9. Para completá-los basta seguir a seguinte regra: Não podem haver números repetidos nas linhas horizontais e verticais, assim como nos quadrados delimitados por linhas em negrito. ●

### Nível Fácil

	2		5			9	7
5			1				2
			2		9		
						9	2
9	4			2			
2			5			7	3
	1		9			8	6
	5	9			8		7
	6		7		5	3	

### Nível Médio

5			9					1
9		4	7		1			
	7	2						
			5			2		7
		7				6		4
3						6		
		6				9	3	
	1				9	4		
8			4	2				

### Nível Fácil

6	1	3	5	4	7	2	9	8
4	7	2	8	1	9	6	5	3
9	5	8	2	3	6	4	1	7
3	4	7	1	9	5	6	8	2
1	9	5	3	2	8	7	4	6
8	2	6	7	9	4	6	5	1
5	3	6	9	8	2	1	7	4
2	8	4	9	1	7	3	6	5
7	9	4	1	5	3	8	2	6

### Nível Médio

6	9	7	1	5	2	4	3	8	8
2	8	4	6	9	3	5	1	7	7
5	3	9	7	1	8	6	2	4	4
6	9	5	8	7	2	1	4	3	3
8	4	3	9	6	1	9	7	5	2
7	1	7	2	4	3	5	6	8	9
4	9	8	3	5	6	2	7	1	1
3	2	3	1	5	8	7	4	6	9
1	6	7	2	4	9	8	3	5	5



## Humor



©SERGEJ

## POETAS DA NOSSA TERRA

### Infância (IX)

F. M. NEVES JORDÃO  
Luxemburgo, 05/12/2022

Na minha infância que não esqueço,  
Embora muito singela,  
Sendo a miséria o meu berço,  
Mas deixo-me embalar por ela.

Infância não te esqueci,  
Embora fosses madrastra,  
Quanto mais pensar em ti,  
Mais a Saudade me gasta.

Infância que tens feitiço,  
Para aqueles que em ti viveram,  
Mas mesmo os que em ti sofreram,  
Nunca te esquecem por isso.

Infância como és esquisita,  
Para aquele que em ti viveu,  
Para aquele que em tu medita,  
Ou foste inferno, ou foste ceu.

Infância, infância onde estás?  
Não ouves? - Estou-te a chamar,  
Não fujas volta para trás,  
Não te passo acompanhar.

Infância eu vivo pensando,  
Que foges para não me ver,  
Afinal, tu vais ficando,  
Eu é que fujo sem quer.

Talvez seja porque agora,  
Vendo a idade avançar,  
Tu, infância vais ficar,  
E eu tenho que me ir embora.

Saudade da infância é vida?  
Não perguntes a ninguém.  
De uma infância bem vivida,  
Saudades quem as não tem?

E mesmo da infância mal vivida,  
Às vezes quanta saudade!  
Quando se avança na idade,  
E se chega ao fim da vida.

Vive a vida com fragrância,  
Se o não fizeres é tolice.  
Se não viveste na infância,  
Tenta viver na velhice.

Se tem interesse em mandar o seu poema,  
por favor envie para o seguinte e-mail  
[redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt) com um total  
máximo de 800 caracteres, com a indicação  
"Poetas da Nossa Terra" no título do e-mail,  
nome, idade e local de residência.

## MOURÃO NO PRATO

### Receita de Encharcada

#### Ingredientes:

Duas duzias e meia de ovos  
800g de açúcar  
Água q.b.  
Canela em pau  
Casca de 1 limão  
Canela em pó

#### Preparação:

1. Leva-se o açúcar ao lume com um pouco de água a ferver com a casca do limão e o pau de canela até atingir um ponto não muito alto.

2. Mexem-se os ovos, mas não se batem. Por cada três gemas leva um ovo inteiro.

3. Com o ponto a ferver juntam-se os ovos e mexe-se ligeiramente para ficar tipo ovos mexidos. Não se deixa secar muito para ficar encharcadinha.

4. Põe-se numa taça e cobre-se com canela em pó. Se quiserem podem retirar antes o pau de canela e a casca de limão.

Serve-se frio.

## Olhar Mourão

Na edição deste mês destacamos a fotografia tirada por Maria João Nunes, filha de migrantes do concelho, que partilhou e identificou o VILA RAIANA no instagram. Partilha também as tuas fotografia de Mourão através da identificação do nosso instagram ou facebook @vilaraiana, ou enviando para o e-mail [redacao@vilaraiana.pt](mailto:redacao@vilaraiana.pt), com a indicação "Olhar Mourão" no título do e-mail e o nome.



©MARIAJUNES

## APÊNDICE R

### PÁGINAS DO WEBSITE DO JORNAL VILA RAIANA

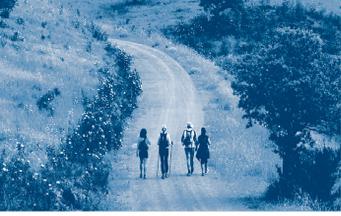
## Mourão é o concelho no país que mais sofre com a seca no país

Destaque da edição de Dezembro

# Um jornal para todos.

AGORA DIGITAL, PARA QUE POSSA TER ACESSO EM QUALQUER PARTE NO MUNDO.

### Em Destaque



#### DESPORTO **P** Caminhada de Natal pelas 9h no pavilhão gimnodesportivo

A Câmara Municipal de Mourão organizou uma série de atividades na semana de Natal. Para participar é necessário inscrever-se na Biblioteca Municipal.



#### OBRAS Corte de água na Granja por suspeita de rutura

A freguesia da Granja está neste momento a realizar uma vistoria às condutas de saneamento e abastecimento de água, pois existe uma suspeita de rutura.



#### CULTURA **P** Oliveira de Nossa Sr.ª das Candeias candidata a Árvore do Ano 2023

Esta oliveira milenar é assim designada, pois apenas das suas azeitonas se fazia o azeite que se destinava às luminárias da padroeira de Mourão.

### Tempo

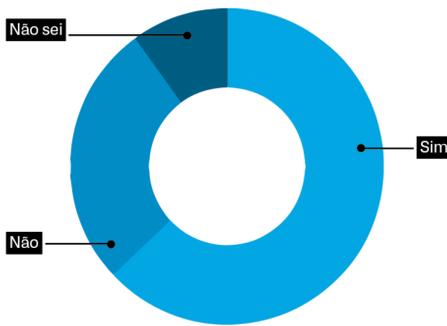
 <b>15°</b> Mourão 16°/7°	 <b>13°</b> Aldeia da Luz 14°/6°	 <b>12°</b> Granja 14°/6°
------------------------------------	---	------------------------------------

## A questão do mês

Considera que o Município de Mourão não promove corretamente os eventos do concelho para as regiões circundantes?

Sim  Não  Não sei

Enviar votação



## Seja o primeiro a receber as notícias da sua terra. Assine o Vila Raiana.

Um jornal para si.

Assinar o jornal Vila Raiana



### MOURÃO

Notícias e artigos quotidianos da freguesia de Mourão.

Ver mais



#### CULTURA **P** Temporada de taوماquia inicia-se em Mourão

O ganhador Joaquim Murteira Grave já anunciou os cartéis dos dois dos espetáculos taوماquicos a realizar em Mourão, no início de fevereiro.

### LUZ

Notícias e artigos quotidianos da freguesia da Luz.

Ver mais



#### SOCIEDADE Hoje faz 20 anos que a aldeia da Luz ficou submersa

Com a construção da barragem do Alqueva, a aldeia da Luz ficou submersa, tendo deixado muitas memórias para trás.

### GRANJA

Notícias e artigos quotidianos da freguesia da Granja.

Ver mais



#### ECONOMIA Cooperativa Agrícola de Granja Amareleja com quebra de 20% no azeite

A Cooperativa Agrícola de Granja Amareleja, foi fundada em 1952 com o objetivo de rentabilizar a exploração dos olivais dos seus associados e desenvolver a economia local.

### ALENTEJO

Notícias e artigos quotidianos sobre o Alentejo.

Ver mais



#### CULTURA Mais um furto de azeitona no Alentejo

Quatro homens e duas mulheres, de nacionalidade estrangeira, foram detidos pela GNR por suspeita de furto de azeitona no concelho de Beja.

### ARREDORES

Notícias e artigos quotidianos sobre os arredores do concelho de Mourão.

Ver mais



#### SOCIEDADE Autarquia de Moura desactiva Plano Municipal de Emergência e Protecção Civil

O presidente da Câmara de Moura, Álvaro Azedo, enquanto Autoridade de Protecção Civil no concelho, determinou de acordo com as competências previstas na lei, a desactivação do Plano Municipal de Emergência e Protecção Civil.

### DESPORTO

Notícias e artigos quotidianos sobre o desporto no Alentejo.

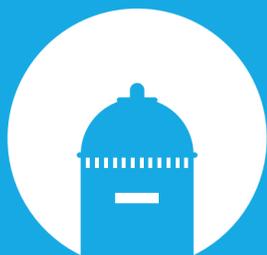
Ver mais



#### DESPORTO Atleta de Amareleja sagra-se campeão nacional de Jiu Jitsu

João Miguel Fonseca sagrou-se hoje campeão nacional no concelho de Mourão, tendo vencido o campeonato nacional de Jiu Jitsu em Lisboa.

## Apoie a imprensa regional.



[MOURÃO](#)

[LUZ](#)

[GRANJA](#)

[ALENTEJO](#)

[ARREDORES](#)

[DESPORTO](#)

[OPINIÃO](#)

[AGENDA CULTURAL](#)

[ESPAÇO DOS LEITORES](#)

[CONTEÚDOS PREMIUM](#)

[QUESTÃO DO MÊS](#)

[MENSAGENS DE SAUDADE](#)

[SABERES DA TERRA](#)

[EMPREGO E FORMAÇÃO](#)

[FOTOGALERIA](#)

[ARQUIVO](#)

[Entrar](#)

[Registar](#)

[Assinar](#)



[Estututo Editorial](#)

[Ficha técnica](#)

[Contactos](#)

[Sugestões](#)

[Livro de reclamações](#)

[Política de privacidade](#)



## Aldeia da Luz acolhe encontro de inovação social em Portugal

Destaque do Dia



## Aldeia da Luz

Concelho de Mourão

UMA ALDEIA DE RENASCEU DAS ÁGUAS DO ALQUEVA.

### Em Destaque de Hoje



#### HISTÓRIA

### Alqueva/20 anos de Aldeia da Luz: A Aldeia que ficou fora do progresso que deu à região

Há 20 anos foi inaugurada a nova aldeia da Luz.

#### SOCIEDADE

### Aldeia da Luz voltou a receber a 'Feira das Flores e dos Sabores'

A aldeia da Luz, no concelho de Mourão, acolheu, nos dias 30 de novembro e 1 de dezembro, mais uma edição da Feira das Flores e Sabores.

#### OBRAS

### Falta de espaço leva a aumento do cemitério da aldeia da Luz

O Município de Mourão está a investir mais de 100 mil euros na ampliação do Cemitério da Freguesia da Luz.

Ver mais

### Em Destaque de Ontem



#### SOCIEDADE

### EDIA abre concurso para arrendar terrenos na aldeia da Luz

A EDIA, abriu recentemente um concurso para arrendar 9 parcelas de terreno na aldeia da Luz.

#### CULTURA

### Museu da Luz apresenta exposição de fotografia de Renato Monteiro

O Museu da Luz, localizado na aldeia da Luz, concelho de Mourão, apresenta, até 1 de janeiro, a exposição temporária "Luz".

#### ATIVIDADES

### Passadiços da Aldeia da Luz: uma forma diferente de explorar o Alqueva

Tem uma extensão de cerca de 700 metros. Venha visitar.

Ver mais

### Em Destaque esta Semana



#### SERVIÇOS

### Aldeia da Luz já tem Área de Serviço para Autocaravanas

O Município de Mourão inaugurou esta semana o Parque de autocaravanismo da aldeia da Luz.

#### SOCIEDADE

### Habitantes da Aldeia da Luz ainda pagam IMI de terras submersas

Habitantes da Aldeia da Luz, ainda hoje pagam Imposto Municipal sobre Imóveis dos terrenos que possuíam da antiga povoação, 20 anos depois do Alqueva.

#### SAÚDE

### Balcões SNS24 na Aldeia da Luz e na Granja

Esta oliveira milenar é assim designada, pois apenas das suas azeitonas se fazia o azeite que se destinava às luminárias da padroeira de Mourão.

Ver mais

## Apoie a imprensa regional.



Assinar

Entrar



# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO

MOURÃO

LUZ

GRANJA

ALENTEJO

ARREDORES

DESPORTO

OPINIÃO

AGENDA CULTURAL

## Aldeia da Luz acolhe encontro de inovação social em Portugal

ANA ROCHA

mourao@vilaraiana.pt

06 Dezembro 2022



A aldeia d Luz, no concelho de Mourão, acolhe, nos dias 20 e 21 de junho, o maior encontro de inovação social em Portugal.

O evento ocorre “numa época marcada pela preocupação com a sustentabilidade do planeta e o bem-estar das pessoas, a inovação social é uma oportunidade e um imperativo para combater desigualdades e novas formas de exclusão”, referiu a organização.

Nos dias 20 e 21 de junho, a Portugal Inovação Social promove um programa de dois dias com adaptação do espaço físico da Aldeia da Luz de forma a torná-lo uma montra viva e interativa de inovação social através da presença, apresentação e demonstração de projetos inovadores destinados a todos os públicos e idades, na presença da Ministra da Coesão Territorial Ana Abrunhosa e da Ministra do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social Ana Mendes Godinho.

Durante dois irão passar pela bela e raiana aldeia da Luz 130 oradores, 700 participantes, envolvidos em mais de 35 atividades incluindo música, dança e teatro.

Será um momento para mobilizar a energia da sociedade civil, a experiência das instituições sociais, a disponibilidade das comunidades locais, o talento dos empreendedores sociais, o compromisso dos investidores e avião das políticas públicas para reconstruir um futuro melhor do que o passado.

Seja o primeiro a receber as notícias da sua terra.

**Assine o Vila Raiana.**

Um jornal para si.



Assinar o jornal Vila Raiana

Mais da aldeia da Luz

SAÚDE **P**

### Balcões SNS24 na Aldeia da Luz e na Granja

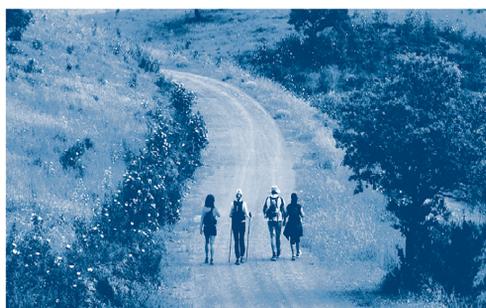
SOCIEDADE

### Habitantes da Aldeia da Luz ainda pagam IMI de terras submersas

SERVIÇOS

### Área de Serviço de Autocaravanas da aldeia da Luz foi inaugurada

Em Destaque



DESPORTO **P**

### Caminhada de Natal pelas 9h no pavilhão gimnodesportivo

A Câmara Municipal de Mourão organizou uma série de atividades na semana de Natal. Para participar é necessário inscrever-se na Biblioteca Municipal.



OBRAS

### Corte de água na Granja por suspeita de rutura

A freguesia da Granja está neste momento a realizar uma vestoria às conductas de saneamento e abastecimento de água, pois existe uma suspeita de rutura.



CULTURA **P**

### Oliveira de Nossa Sr.ª das Candeias candidata a Árvore do Ano 2023

Esta oliveira milenar é assim designada, pois apenas das suas azeitonas se fazia o azeite que se destinava às luminárias da padroeira de Mourão.

## Apoie a imprensa regional.



Rua Comissão de Iniciativa,  
2-A, Jardim Municipal,  
Loja 31A - 3.º andar,  
7005-098 Mourão  
Telefone: 266 586 609  
redacao@vilaraiana.pt

SECÇÕES

Mourão  
Luz  
Granja  
Alentejo  
Arredores  
Desporto  
Opinião  
Agenda Cultural

SOBRE NÓS

Sugestões  
Ficha Técnica  
Estatuto Editorial  
Livro de Reclamações  
Política de Privacidade

SUBSCRIÇÕES

Papel  
Digital  
Papel + Digital





# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO

MOURÃO

LUZ

GRANJA

ALENTEJO

ARREDORES

DESPORTO

OPINIÃO

AGENDA CULTURAL

Envie a sua história,  
receita, poema,  
fotografia e/ou  
mensagem e faça  
parte do seu jornal.

Nome

Telefone

E-mail

Assunto

Mensagem

Eu declaro que aceito as [políticas de privacidade](#) e consinto a recolha de dados através deste formulário.

Enviar

Apoie a  
imprensa  
regional.



Rua Comissão de Iniciativa,  
2-A, Jardim Municipal,  
Loja 31A - 3.º andar,  
7005-098 Mourão  
Telefone: 266 586 609  
redacao@vilaraiana.pt

#### SECÇÕES

Mourão  
Luz  
Granja  
Alentejo  
Arredores  
Desporto  
Opinião  
Agenda Cultural

#### SOBRE NÓS

Sugestões  
Ficha Técnica  
Estatuto Editorial  
Livro de Reclamações  
Política de Privacidade

#### SUBSCRIÇÕES

Papel  
Digital  
Papel + Digital



## APÊNDICE S

### COMPLEMENTOS DO JORNAL VILA RAIANA

450	Publicações de instagram
463	Postais
488	Panfleto
491	Cartazes

# APÊNDICE S

## COMPLEMENTOS DO JORNAL VILA RAIANA

### PUBLICAÇÕES DE INSTAGRAM

O jornal de Mourão:

Que conecta lugares  
e gerações.





**SOCIEDADE**

## **Mourão conquistou bandeira “Município Amigo da Juventude”**



# Aldeia da Luz acolhe o maior encontro de inovação social em Portugal

SOCIEDADE



Mourão  
mais perto.



# Diariamente?

Em [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).





**OBRAS**

**Corte de água na Granja  
por suspeita de rutura  
num cano de abastecimento**





**SOCIEDADE**

# **Autarquia de Moura desactiva Plano Municipal de Emergência e Protecção Civil**



# Mourão é o concelho que mais sofre com a seca no país

AMBIENTE



O jornal de Mourão:

*Que promove a cultura  
e renova as tradições.*



# Um olhar de Mourão.

Partilhe como vê a beleza do município de **Mourão** e veja a sua fotografia integrar a próxima edição do jornal.



# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO





**APÊNDICE S**  
**COMPLEMENTOS DO JORNAL VILA RAIANA**  
**POSTAIS**



Praia Fluvial de Mourão, 2022

© Maria João Nunes





Castelo de Mourão, 2022

© Maria João Nunes

---

---

---

---



Praia Fluvial de Mourão, 2022

© Maria João Nunes





Escola Primária de Mourão, 2022

© Maria João Nunes

---

---

---

---



Rebanho de Ovelhas, 2022

© Maria João Nunes





Castelo de Mourão, 2022

© Leonardo Tertuliano

---

---

---

---



Monte Alentejano na Luz, 2022

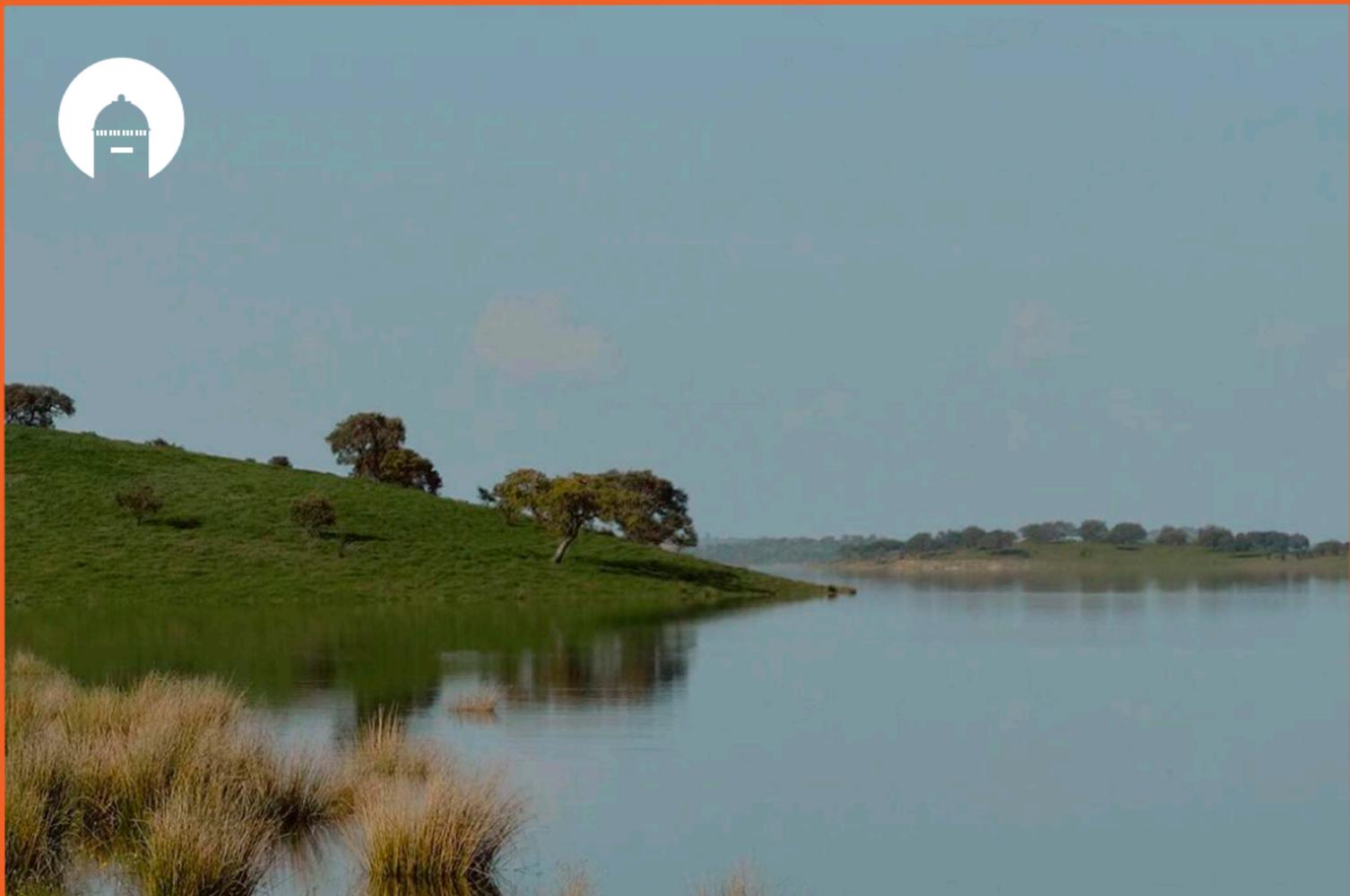
© Marco Prim

---

---

---

---



*Paisagem do Alqueva em Mourão, 2022*

© Tournier Pauline

---

---

---

---



Chaminé Mourisca, 2022

© Tournier Pauline

---

---

---

---



Ponte de acesso a Mourão, 2022

© Marco Prim

---

---

---

---



*Paisagem do Pôr do Sol em Mourão, 2022*

© Marco Prim





Castelo de Mourão, 2022

© AnaCb

---

---

---

---

# APÊNDICE S

## COMPLEMENTOS DO JORNAL VILA RAIANA

### PANFLETO

# ESTE MÊS

...em Mourão.

## EXPOSIÇÃO

### “La Nueva Luz - memória de un trasladado

07 — 26 de Dezembro  
● Galeria Municipal

## EXPOSIÇÃO

### “A Cor do Património”

13 — 26 de Janeiro  
● Galeria Municipal



## MERCADO

### Mercado de Natal

10 de Dezembro  
● Jardim Municipal

## ATIVIDADE CULTURAL

### Atividades de Natal

18 — 22 de Dezembro  
26 — 29 de Dezembro  
● Oficina Mourisca

Tapeçaria Criativa  
Biscoitos Divertidos  
Dança  
Cerâmica  
Atividades Desportivas

## ATIVIDADE MUSICAL

### Concerto de Natal

18 de Dezembro  
● Auditório Municipal — 21:30h

## ATIVIDADE RELIGIOSA

### Missa do Galo

24 de Dezembro  
● Igreja de São Braz  
Granja — 18:30h

● Santuário de Nossa Sr. da Luz  
Luz — 20h

● Igreja de Nossa Sr. das Candeias  
Mourão — 22h



## ATIVIDADE DESPORTIVA

### Caminhada

24 de Dezembro  
● Ginásio Municipal — 18h

## ATIVIDADE CULTURAL

### Fogo de Artifício da Passagem do Ano

24 de Dezembro  
● Castelo de Mourão — 23:59h

**Mourão**  
mais perto.



**Mourão**

Dezembro 2022

# Agenda Cultural

**APÊNDICE S**  
**COMPLEMENTOS DO JORNAL VILA RAIANA**  
**CARTAZES**



Mourão  
mais perto.

O jornal de Mourão:

*Que conecta lugares  
e gerações.*





Mourão  
mais perto.

O jornal de Mourão:

*Que liga passado,  
presente e futuro.*





**Mourão**  
**mais perto.**

O jornal de Mourão:

*Que promove a cultura  
e renova as tradições.*





Mourão  
mais perto.

O jornal de Mourão:

*Que une uma comunidade  
separada pela distância.*



Assinar

Entrar



# VILA RAIANA

MOURÃO MAIS PERTO

MOURÃO

LUZ

GRANJA

ALENTEJO

ARREDORES

DESPORTO

OPINIÃO

AGENDA CULTURAL

Mourão é o concelho  
mais que mais sofre  
a seca no país



# Diariamente?

Em [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt).

Visite o nosso website para estar atualizado diariamente do que se passa no concelho de **Mourão** e nos seus arredores.

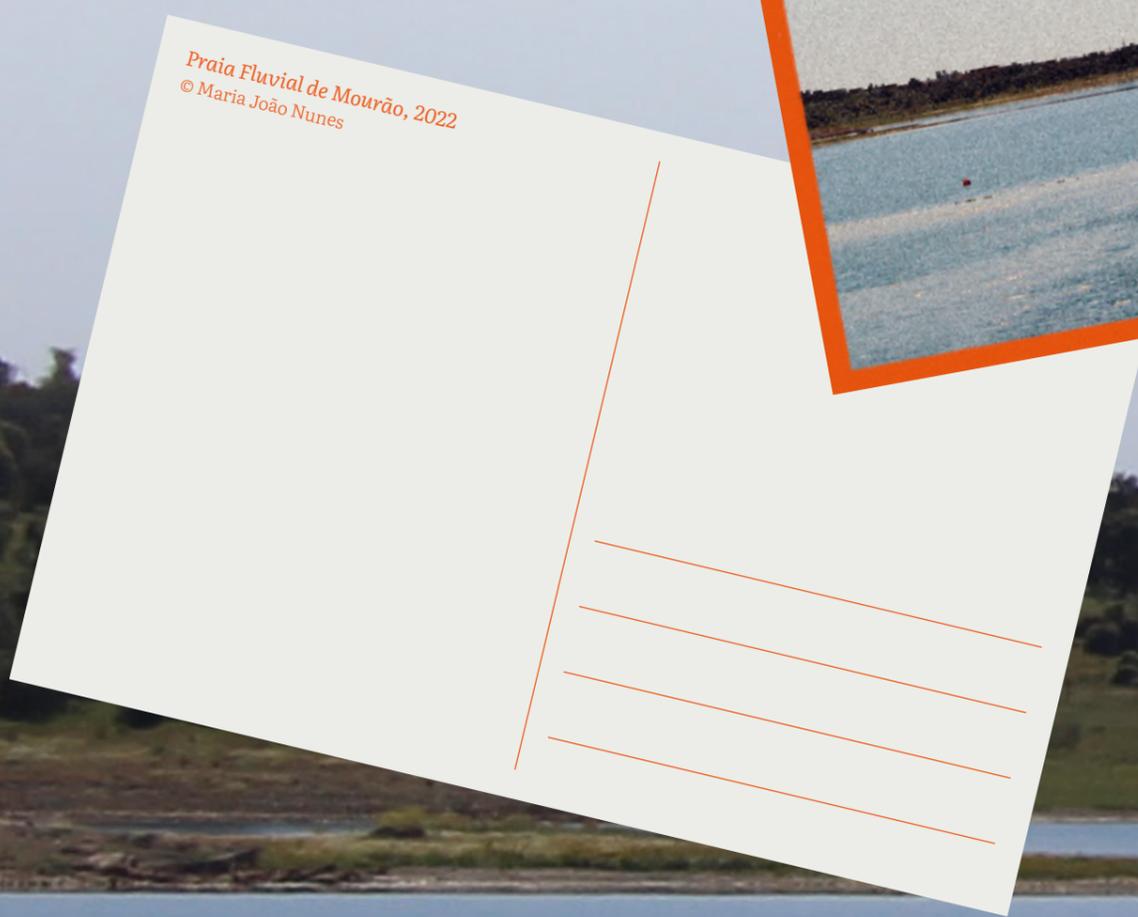
*Apoie a imprensa regional.*

Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, instagram e facebook, [@vilaraina](https://www.instagram.com/vilaraina).



# Uma mensagem pode diminuir a saudade.

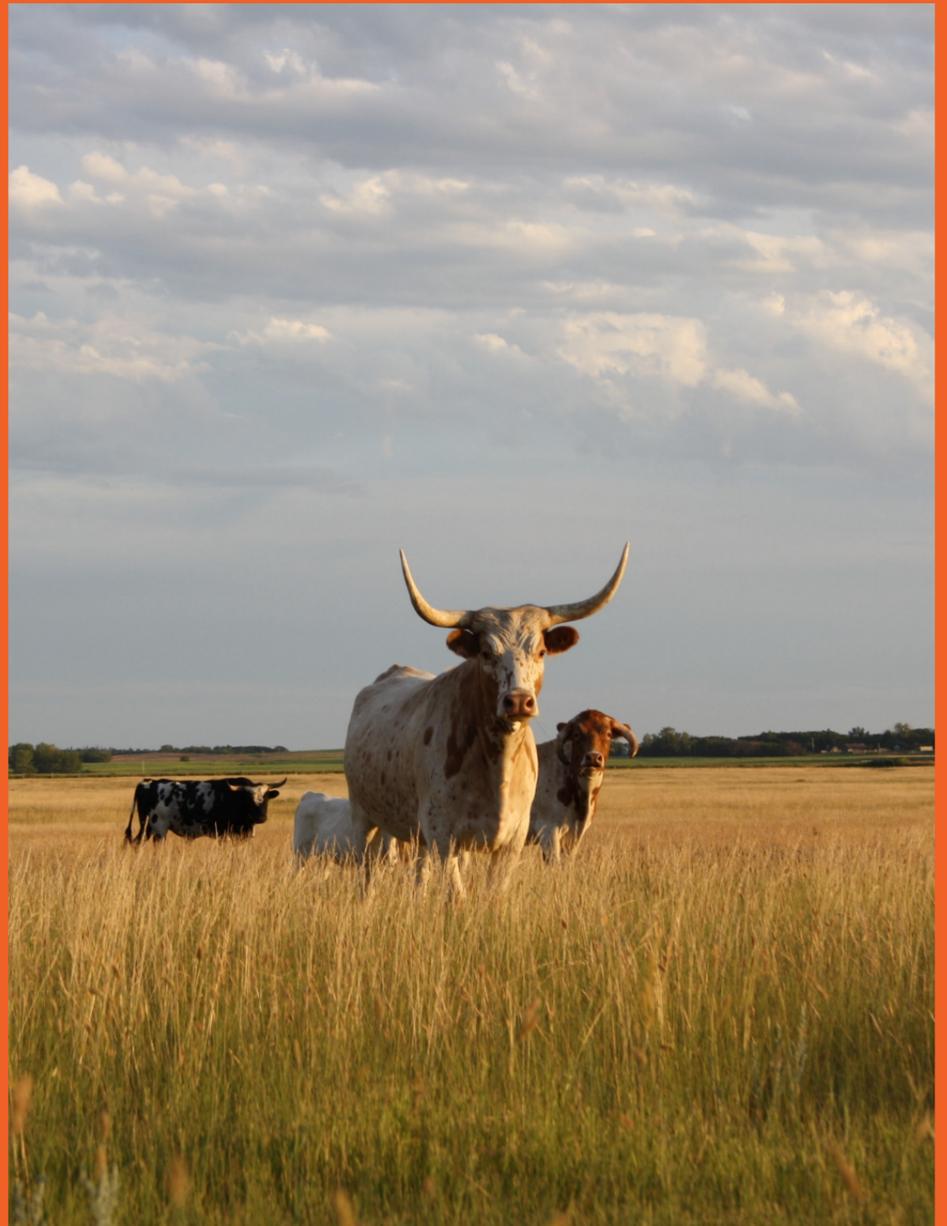
Cartões-postais colecionáveis



Envie um cartão-postal pelo correio para qualquer parte do Mundo ou coleccione os 12 postais do próximo ano de 2023.

Campanha apenas disponível para subscritores do jornal impresso.  
Para subscrever a edição mensal do **VILA RAIANA**, por favor vá ao  
nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou contacte-nos **266 586 609**.





©ALINA MARIA SOUSA

# Um olhar de Mourão

Partilhe como vê a beleza do município de **Mourão** e veja a sua fotografia integrar a próxima edição do jornal.

*Apoie a imprensa regional.*

Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, instagram e facebook, [@vilaraina](https://www.instagram.com/vilaraina).



# Participe na sua imprensa regional

Um jornal para si



Envie a sua **história, receita, poema, fotografia** e/ou **mensagem** e faça parte da comunidade do jornal Vila Raiana.

**Apoie a imprensa regional.**

Para saber mais visite o nosso website [www.vilaraiana.pt](http://www.vilaraiana.pt) ou esteja ativo nas nossas redes sociais, instagram e facebook, [@vilaraina](https://www.instagram.com/vilaraina).



# **O DESIGN COMO MOTOR DE DINAMIZAÇÃO DE ZONAS RURAIS**

*Projeto de Design Editorial para um jornal regional do concelho de Mourão*

**MARIA JOÃO JORDÃO NUNES**

**JULHO 2023** Documento Definitivo **MESTRADO** Design de Comunicação **PROJETO FINAL DE MESTRADO**