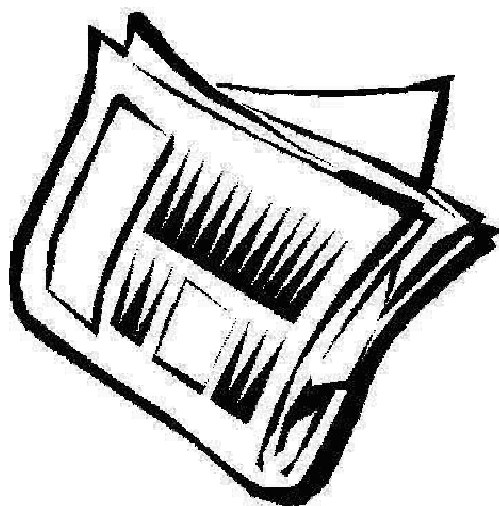


ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO
PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

OFICINA IMPRESSOS

PRODUÇÃO GRÁFICA
PLANEJAMENTO VISUAL



ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO
PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

IMPRESSOS

1 - O surgimento do jornal

Comunicar. Eis uma necessidade na trajetória de uma comunidade, de uma paróquia, de um grupo, de um bairro, e um jornal - ou um boletim, ou um folheto, ou uma revista - tornam-se instrumentos importantes diante desse desafio: dar mais vigor à comunhão existente entre um grupo (numeroso ou não) de pessoas. Afinal, a comunicação ajuda a fortalecer laços que tornam-se tênues quando a comunicação é falha.

Mas para se concretizar essa proposta, é necessário repensar como a comunicação, em todos os níveis, é feita atualmente em cada âmbito da vida da Igreja, e definir novas estratégias, o que pressupõe a formação de uma equipe específica e com disponibilidade para aceitar tal desafio. Diante dessa necessidade, surge o espaço perfeito para a PASCOM (Pastoral da Comunicação).

Obs.: Existe a necessidade de se definir se será equipe de apenas um projeto, ou se será equipe de comunicação da paróquia, da comunidade, etc, o que representa disponibilidade em assumir outros compromissos de comunicação na comunidade. A ação desse grupo pode materializar-se através de jornais, boletins, folhetos, murais, programas de rádios, etc. Um meio bastante eficaz, mas não único, de a PASCOM promover comunicação e através da elaboração de jornais.

2 - O jornal precisa de um projeto.

Por isso, são necessárias algumas definições, que precisam estar em sintonia com a realidade da paróquia, e contando com a participação (aprovação) da comunidade e do pároco. Para a execução do jornal, é necessário:

- Definir linha editorial – que aspecto será abordado, com que enfoque, se é jornal paroquial, se se estará dando espaço a todos os movimentos e pastorais que existam, e como será esse espaço.

Exemplo: um grupo de jovens fará um jornal voltado para a juventude. A partir disso, ver que estratégia de trabalho será adotada para comunicar com os jovens. Ver se o público juvenil atingido pela publicação será apenas do grupo de jovens, ou também relatará assuntos da paróquia, ou do bairro, etc. Verificar se haverá a abordagem mais crítica dos assuntos, ou apenas informativo. Fazer diagramação jovial, descontraída, escrever os textos usando, vez ou outra, palavras do cotidiano deles, mas sem cair na vulgaridade e sem cometer erros da Língua. É importante definir que conteúdo será passado para essa juventude. Se são notícias apenas ligadas à vida da paróquia, ou da Igreja, ou também da realidade sócio-cultural. *Para se definir a linha editorial, é necessário se responder algumas perguntas: qual é a finalidade do jornal? Como o jornal deve ser projetado para atingir tal finalidade? Qual é o público alvo?*

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO **PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO**

- Criar editorias, seções e colunas com base na linha editorial. As editorias devem ser relacionadas a assuntos e que não devem ser facilmente esgotáveis.
- Escolher nome para jornal, além de nome para cada editoria, seção e coluna. Importante usar do bom senso.
- Formatar o jornal. Até para se saber como e quanto escrever, é preciso definir o formato do jornal, o que também está diretamente ligado com a captação de recursos para se elaborar o jornal. Afinal, um informativo feito numa folha sulfite frente e verso sai mais em conta do que um jornal tablóide colorido. Diante disso, é necessário adequar um formato de comunicação eficaz com os recursos disponíveis.

3 - Produção de textos/ conteúdo

- Definir os colaboradores da edição – pessoas que emprestarão ou tirarão fotos, farão artigos, charges, crônicas, etc. Elaboração de pauta em cada edição, de acordo com as editorias.
- Captação das informações para a produção do texto pode ser feita através de entrevistas, coleta de diferentes pontos de vista, aproveitamento de textos de jornais, livros e revistas (caso esses textos sejam citados ou colocados na íntegra, é importante que a fonte seja citada).
- Trabalhar assuntos com criatividade, escrevendo o texto num tamanho mais ou menos adequado para não atrapalhar o diagramador, bem como prevendo fotos, intertítulos, olhos, legendas, chapéus e títulos. As matérias precisam estar de acordo com a linha editorial proposta no projeto do jornal.

4 - A aventura do texto!

- Linguagem simples, clara e correta. A linguagem tem de estar em sintonia com a linha editorial do jornal.
- Escrever bem exige prática. Mas isso não impede que as pessoas ligadas a diferentes grupos da comunidade ou paróquia se aventurem na produção de textos. No entanto, é importante que o jornal tenha alguém que domine bem a língua para corrigir os textos e adequá-los à linha editorial da publicação.
- Também é importante no jornal que uma pessoa centralize o recebimento de todo o material – fotos, artigos, matérias, etc -, e que os prazos para a execução de cada edição sejam cumpridos, não pondo em risco a data final da publicação.
- É importante ter alguém, com visão geral do jornal e da pauta, que faça revisão final da publicação (que essa revisão seja feita, de preferência, por mais de uma pessoa).

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO **PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO**

Alguns toques

- Cuidado com o verbo. Ele pode oferecer muitas ciladas. A concordância correta é a grande dúvida de quem fala e escreve.
- As frases curtas ajudam a evitar os erros de concordância.

Errado:

Começa hoje as eleições para a diretoria da Federação Nacional de Arquitetura.

O certo é:

Começam hoje as eleições para a diretoria da Federação Nacional de Arquitetura.

Esteja atento, principalmente em alguns casos.

A maioria dos eleitores está indecisa.

A maior parte das multas foi encaminhada aos proprietários dos veículos.

Cinquenta por cento eram favoráveis ao programa econômico.

Os Estados Unidos bombardearam o Afeganistão.

Um quarto dos populares permaneceu no local.

Dois quartos dos populares permaneceram no local.

Faltam três horas. Falta uma hora.

A briga entre os ministros foi um dos motivos que levaram o presidente a adiar a reunião.

A briga entre os ministros foi um dos motivos que levaram o presidente a adiar a reunião.

Havia centenas de pessoas na fila. (e não haviam)

Existiam novos recursos para os descontos.

Havia 22 anos que o comércio entre Brasil e Cuba sofria limitações. (e não haviam 22 anos; o verbo haver, no sentido de tempo passado é impessoal, só admitindo a terceira pessoa do singular)

Atenção:

É redundância escrever: Há dois anos atrás, o baile agitou a paróquia. O correto é Há dois anos, o baile agitou a paróquia.

Faz 50 anos que o IBGE publica levantamentos sobre o Brasil. (e nunca fazem 50 anos)

É uma hora. São onze horas.

As testemunhas depuseram em juízo sobre o crime. (e não deporaram)

- Existem muitos outros exemplos de aplicação do verbo que merecem ser estudados.

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO

PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

Veja outras observações:

Eram cinco. Somos dois. (e não Eram em cinco. Somos em dois.)

Compra-se carro em Segunda mão. (e não de Segunda mão)

Você é menor. (e não você é de menor)

Você viaja aos fins de semana, sempre aos domingos. (e não viaja de fim de semana, sempre de Domingo)

* Lidar com os verbos exige conhecimento das regras, e principalmente atenção na hora de aplicá-los.

Esteja atento na grafia de algumas palavras. Elas enganam muita gente!

Use	e não
Como	que nem
Beneficência	beneficiência
Privilégio	previlégio
Empecilho	impecilho
Pode vir	pode vim
Prostrar	prostar
Chimpanzé	chipanzé
Cabeleireiro	cabelereiro
Bicarbonato	bicabornato
Sobrancelha	sombrancelha

Veja a forma correta de algumas palavras que podem enganar

À beça

À altura (de)

Acrescer

A fim de (o mesmo que: com o objetivo de; afim vem de afinidade)

Aleijado

Ameixeira

Alto-mar

À la carte

Antes de Cristo

Tachar (acusar)

Transcendência

Ressuscitar

Pente-fino

Possessão

Mal-arrumado

Malcriado

Aspersão

Frisar

Talião

Sucinto

Revés

Pichar

Prelazia

Mal-afamado

cochicho

A leitura é indispensável para quem quer aumentar o vocabulário, sempre observando a grafia das palavras. E não esqueça: o dicionário é o melhor amigo para quem escreve...

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO

PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

- **Evitar palavras muito rebuscadas**, para que pessoas menos letradas também possam entender o conteúdo. Sempre que houver expressões e conceitos que não sejam comuns, é importante explicar. Afinal, o nível de conhecimento das pessoas não é o mesmo. Procurar ser entendido por todas as classes sócio-culturais não é sinal verde para se usar um vocabulário chulo e cometer erros dentro da Língua Portuguesa.
- **Expressões em língua estrangeira**, neologismos e títulos de obras devem estar grafados em itálico, sublinhados ou marcados de algum modo.
- **Não repetir idéias e palavras**. Isto empobrece e torna monótono o texto.
- **Em busca da linguagem nítida**, buscar sempre o termo correto. Por isso, sempre é importante ter um dicionário por perto, procurando variar o vocabulário, evitando a repetição de palavras citada no item anterior.
- Procurar fazer **textos com períodos curtos e ordem direta**, até para não tornar a leitura cansativa ou confusa. Não abusar do uso de apostos.

Evite: O padre João da Silva, que é pároco da Igreja São Pedro, viajou, logo após a missa que antecedeu a festa do padroeiro, para o Vaticano, onde iniciará, no próximo dia 12 de julho, um curso de Teologia que será ministrado por diferentes teólogos europeus.

Prefira: Pároco da Igreja São Pedro, o padre João da Silva viajou para o Vaticano logo após a missa que antecedeu a festa do padroeiro. Na Itália, o padre iniciará um curso de Teologia no próximo dia 12 de julho, que será ministrado por diferentes teólogos europeus.

- É importante a publicação determinar regras, como um mini-manual de redação, que possa normatizar a linguagem da publicação.

Exemplo: definir se os números de 0 a 10 serão grafados por extenso ou por algarismos, ou se as palavras em língua estrangeira serão colocadas entre aspas ou em itálico, etc.

Estes são apenas alguns pontos que devem ser levados em conta, mas a Língua Portuguesa sempre requer muito estudo para ser bem aplicada. Afinal, para se comunicar, não há a necessidade de ser um exímio conhecedor do idioma, mas é importante ser dominada para que a comunicação escrita seja facilitada.

5 - Diagramação

* Tomar cuidado especial com a diagramação, que não pode ser poluída e precisa ter sintonia com a linha editorial. Todas as massas de cada página devem ser bem distribuídas. A diagramação pode tornar um jornal mais convidativo para o leitor. A criatividade é sempre muito bem vinda, mas cuidado para não abusar e não atrapalhar o entendimento.

PRODUÇÃO GRÁFICA

(Revista / Jornal / Boletim)

1- Planejamento Estratégico

- Para quem estamos fazendo este Jornal?

*É importante manter em mente quem é o público alvo do nosso Jornal.
Ele será dirigido à toda comunidade, ou somente ao público das missas, ou ainda, aos integrantes das pastorais ?*

*Qual é a característica desta público? Faixa etária? Nível cultural?
Parece meio complicado, mas na prática é muito fácil. Repare à sua volta. Comece a selecionar o público alvo do seu Jornal. Rapidamente você começará a perceber as características das pessoas envolvidas.*

*Todas estas perguntas devem ser respondidas para que o Jornal tenha resultado.
O resultado aqui é que o Jornal seja lido.*

Como exemplo podemos citar o Boletim "Igreja Hoje". Este boletim não se dirige ao público leigo, sua intenção é informar as pessoas envolvidas diretamente com a Cúria. Padres, Ministros e Leigos coordenadores de pastorais ou movimentos. Então o boletim se caracteriza como um informativo "denso", "pesado", repleto de informações que são necessárias à estas pessoas envolvidas, e que são de difícil compreensão para os leigos. Neste caso o boletim tem resultado, pois atende às necessidades as quais ele foi planejado. Informar os membros envolvidos diretamente com a Cúria.

Assim definimos qual o estilo do Jornal.

Como eu vou saber qual será o estilo do meu Jornal?

Não existe um modelo. Cada comunidade possui a sua peculiaridade, que caracteriza seu estilo. Não acredite que você irá acertar de primeira. Sempre existirá alguém para criticar aqui, ou ali. O seu Jornal irá se encontrar aos poucos. O próprio público trata de sugerir as modificações.

- Qual será a frequência?

Antes de mais nada, a frequência é o intervalo de tempo entre um Número do Jornal e o próximo Número.

Pôr exemplo: 15 em 15 dias, ou ainda 30 em 30 dias, ou 60 em 60 dias.

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO **PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO**

Esta freqüência será definida de acordo com a necessidade da comunidade. Se você tiver um volume de informação grande, você pode trabalhar com um intervalo menor de tempo. Caso você possua uma quantidade menor, trabalhe com um intervalo maior.

Duas ressalvas devem ser destacadas aqui.

1) *Parece muito fácil fazer um jornal mensal, mas não é. Requer tempo e disponibilidade das pessoas envolvidas na produção. As matérias não caem do céu. A equipe tem que correr atrás. Perguntar aqui, perguntar ali. Cuidado para não sobrecarregar!!!*

2) *Fazer um Jornal custa dinheiro. É sempre bom lembrar. Definida a freqüência, faça chuva ou faça sol, naquela data a equipe terá que contar com o dinheiro para imprimir o Jornal. Se a paróquia patrocinar o Jornal, o Padre pode começar a achar que ele está caro. Se o Jornal for impresso com patrocínio da comunidade, alguém da equipe terá que correr atrás deste dinheiro. Se as matérias não caem do céu, imaginem se dinheiro vai cair.*

- Qual será a tiragem?

A tiragem é a quantidade de Jornal que será impresso. Pôr exemplo: 1000 cópias. Esta tiragem será estabelecida de acordo com o público. É uma das peculiaridades de cada comunidade.

Devemos, no caso dos Jornais patrocinados pela comunidade, reservar alguns exemplares para os patrocinadores.

Lembre-se: Quanto maior a quantidade menor é o custo unitário de cada Jornal, ou seja 1000 cópias com custo unitário de R\$ 0,10 = R\$ 100,00. 2000 cópias com custo unitário de R\$ 0,07 = R\$ 140,00.

- Como ele será distribuído?

Não adianta fazer 2000 cópias do Jornal e deixá-los na secretaria da paróquia. A informação só é válida se o público tiver acesso, então a informação vira conhecimento.

Deve-se elaborar um esquema de distribuição:

- Faremos a distribuição na porta da Igreja, no término das missas, ou deixaremos em cima de uma mesa e colocaremos um cartaz "Pegue aqui o seu Jornal".

Ressalvas:

Todas estes itens devem estar bem definidos antes do início do Jornal. Este itens interferem no custo do Informativo e acima de tudo na eficiência do veículo em propagar informações.

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO **PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO**

2- PAPEL

A folha de papel que é impresso o Jornal segue um padrão. O padrão é 90 X 60 cm. Com exceção do papel Jornal, que vêm em bubinas. Assim o tamanho do nosso Jornal é importante.

A palavra é otimizar. Otimizar significa usar ao máximo a folha. Colocar, ou encaixar, o número maior de páginas do nosso Jornal dentro dela, assim conseguiremos diminuir o custo unitário de cada Jornal. Desta forma definimos o tamanho da página do nosso Jornal.

O caminho mais fácil para resolver este detalhe é comunicar a gráfica. Pergunte ao fornecedor qual o tamanho ideal, mas consulte uns três fornecedores.

Tipo de Papel

Existem vários tipos de papéis e cada um com a sua **GRAMATURA**.

Gramatura é a espessura da folha, só que ela é medida em gramas e não em milímetros. Esta medida foi adotada da seguinte maneira: Temos um padrão de tamanho. Quanto maior a espessura maior o peso de cada folha, já que todas são do mesmo tamanho. Então vamos pesar cada uma delas. Assim existem papéis de 75, 80, 90, 120, 150 gramas.

Os Tipos de Papéis são variados de acordo com a **COR E POROSIDADE**. Existem papéis mais brancos e mais amarelados. Existem papéis mais lisos e mais porosos. Quanto mais branco mais caro. Quanto mais liso mais caro.

O papel poroso mais conhecido é o Sulfite e o liso é o Couchê, que é muito usado em revistas.

O papel jornal, propriamente dito, vêm em rolos. É o mais barato, pois é escuro e muito poroso.

Qual o papel eu devo usar então?

Lembra daquelas perguntas do começo?

Se você tiver um alta frequência, ou seja um intervalo curto de tempo, é melhor usar um papel mais barato. Porque assim que o leitor receber um número novo, logo ele irá se desfazer do antigo. Iríamos jogar dinheiro fora.

Se a frequência for baixa, é melhor um papel de mais qualidade, pois ele ficará mais tempo na casa do leitor.

Teremos que analisar então a famosa relação CUSTO X BENEFÍCIO. O que será melhor para minha comunidade?

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO

PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

3 - Tipo de Impressão

Existem três tipos de impressão mais conhecidos.

A Tipografia, que seria como um carimbo, é limitada apenas à uma cor.

A Reticula, que seria como se existisse uma peneira entre o papel e a tinta. Esta peneira ainda teria seus furos de tamanhos diferentes, de modo a permitir passar mais ou menos tinta. Ele também se limita a apenas uma cor. A vantagem deste processo é permitir controlar a porcentagem de tinta dando a idéia de outras camadas, permitindo imprimir fotos e imagens. É a chamada escala de Cinzas. É o processo mais viável para Jornal.

O Off-site é usado para impressões com mais de 1 cor. É a mais cara, pois além a impressão é necessária a confecção dos fotolitos. Os fotolitos são chapas que marcam a quantidade de tinta que cada parte do desenho irá receber. O número máximo de cores utilizada na impressão são quatro. Cyan, Magenta, Amarelo e Preto. O processo é chamado **CMYK**. Estas cores misturadas entre si, são capazes de reproduzir todas as outras cores. Este processo é o mais utilizado em revistas.

É importante ressaltar que a impressão não é realizada numa impressora de computador. As máquinas de impressão são grandes e pesadas.

4 - Como fazer um orçamento

O orçamento do Jornal deverá ser realizado da seguinte forma:

Tipo do Veículo / Tipo do Papel / Gramatura / Quantidade de Cores / Quantidade de Impressões

Na prática:

Jornal / Sulfite / 75 gr / 1 cor / 1000 cópias.

5 - Prazos

Um item importante.

Quanto você assume a produção de um Jornal, você assume uma responsabilidade com a comunidade, que de acordo com a freqüência estipulada, estará esperando o Jornal, e também com os patrocinadores, que esperam ter suas empresas divulgadas conforme as datas previstas.

O Jornal tem que sair.

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO

PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

6 - Como conseguir patrocínios

Todo comunidade tem um comércio local. Até mesmo pessoas que freqüentam a missa. São estas pessoas que vão viabilizar o capital para a impressão do Jornal.

É válido ressaltar que o alcance de um Jornal, por exemplo, é o triplo da circulação, ou seja multiplique a circulação por 3, você terá a quantidade de pessoas que vêem o seu Jornal. Este é um ótimo argumento para a venda dos espaços publicitários. No caso das revistas este número é multiplicado por 5.

Problemas com os patrocinadores

O grande problema com os patrocinadores é que na maioria das vezes ele nunca fez nenhum tipo de anúncio. Então é difícil a reprodução da sua logomarca. Na maioria das vezes você terá que tirá-la de um cartão de visitas. Além de ter que criar o texto do anúncio.

Outro grande problema é a forma com que o patrocinador se comporta.

Muitos acreditam estar contribuindo para a Igreja, como um dizimo. Então não tem grandes preocupações.

Agora... Alguns cobram como se estivessem anunciando na VEJA, ou na FOLHA de SP. Diante disto os prazos devem ser cumprido à risca. Assim não geramos situações chatas.

7- Como entregar o trabalho na gráfica

As gráficas dão um desconto para os materiais entregues com a arte-final pronta. Então procure diagramar o Jornal e entregá-lo em disquete, a maioria das gráficas possuem o serviço de retirada de material, ou você pode enviar pela Internet. Procure utilizar o programa Page Maker, toda gráfica prefere, pois ocupa menos espaço físico e é mais fácil de lidar.

Antes de autorizar a impressão, sempre solicite provas de teste.

Confira principalmente os erros de digitação, são muito comuns. Depois de impresso não tem como corrigir.

PLANEJAMENTO VISUAL

1- Os QUATRO princípios básicos

Veja a seguir uma abordagem genérica dos princípios. Apesar de serem descritos separadamente, lembre-se que eles estão inter-relacionados. Raramente apenas um dos princípios será utilizado

2 - CONTRASTE

O objetivo do contraste é evitar elementos meramente similares em uma página. Se os elementos (tipo, cor, tamanho, espessura da linha, forma, espaço etc.) não forem os mesmos, diferencie-os completamente. O contraste costuma ser a mais importante atração visual de uma página.

3 - REPETIÇÃO

Repita os elementos visuais do design e espalhe-os pelo material. Você pode repetir a cor, a forma, a textura e as relações espaciais como a espessura, os tamanhos etc. Isso ajuda a criar uma organização e fortalece a unidade.

4 - ALINHAMENTO

Nada deve ser colocado arbitrariamente em uma página. Cada elemento deve ter uma ligação visual com outro elemento da página. Isso cria uma aparência limpa, sofisticada e suave.

5 - PROXIMIDADE

Itens relacionados entre si deveriam ser agrupados. Quando vários itens estão próximos, tornam-se uma unidade visual, e não várias unidades individualizadas. Isso ajuda a organizar as informações e reduz a desordem.

Todas essas noções apresentadas no planejamento visual foram extraídas do Livro: “Design para quem não é designer” – Autora: Robin Willians – Editora Callis

ARQUIDIOCESE DE RIBEIRÃO PRETO
PASTORAL ARQUIDIOCESANA DE COMUNICAÇÃO

Índice:

Impressos

- 1 - O surgimento do jornal
- 2 - O jornal precisa de um projeto.
- 3 - Produção de textos/ conteúdo
- 4 - A aventura do texto!
- 5 - Diagramação

Produção gráfica

- 1 - Planejamento Estratégico
- 2 - Papel
- 3 - Tipo de Impressão
- 4 - Como fazer um orçamento
- 5 - Prazos
- 6 - Como conseguir patrocínios

Planejamento Visual

- 1- Os QUATRO princípios básicos
- 2 - Contraste
- 3 - Repetição
- 4 - Alinhamento
- 5 - Proximidade

Coordenadores:

Clivonei José Roberto
Cristiano Francisco da Silva
Júlio César Botelho

Realização:

Arquidiocese Ribeirão Preto

R. Tibiriça, 879 – Centro –
Cx.Postal 105
14001-970 - Ribeirão Preto – SP

Fone/Fax (16) 610.8477 – 610.1288
arquioceserp@netsite.com.br