



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**

**CAMPUS I**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM  
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**THALITON RITALLO GOMES DO NASCIMENTO**

**RELATÓRIO TÉCNICO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

**REVISTA SER CRISTÃO**

**CAMPINA GRANDE, PB**

**2017**

**THALITON RITALLO GOMES DO NASCIMENTO**

**RELATÓRIO TÉCNICO**

**REVISTA SER CRISTÃO**

Relatório referente à produção de produto midiático apresentado ao curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento à exigência para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ms. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**Campina Grande, PB**

**2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

N244r Nascimento, Thaliton Ritallo Gomes do  
Revista ser cristão [manuscrito] : relatório técnico / Thaliton  
Ritallo Gomes do Nascimento. - 2017.  
29 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro  
de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação: Profa. Ma. Verônica Almeida de Oliveira Lima,  
Departamento de Comunicação Social".

1. Jornalismo impresso 2. Revista ser cristão. 3. Produto  
midiático. 4. Projeto editorial. 5. Comunicação religiosa. I.

Título.

21. ed. CDD 302.232 4

# THALITON RITALLO GOMES DO NASCIMENTO

## REVISTA SER CRISTÃO

Relatório referente à produção de produto midiático apresentado ao curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento à exigência para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Aprovado em 14/08/2017.

Verônica Almeida de Oliveira Lima

Prof. Ms. Verônica Almeida de Oliveira Lima - Orientadora

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva - Avaliador

Robéria Nádia Araújo Nascimento

Prof. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento - Avaliadora

## **AGRADECIMENTOS**

Antes de mais nada é preciso agradecer a Deus por ter me feito chegar onde eu cheguei e por ter derramado infinitas graças sobre a minha vida. Não posso esquecer de agradecer também a minha mãezinha do céu, que sempre vem passando a frente de todas as situações.

Eu jamais poderia deixar de agradecer àqueles que fizeram de tudo para que eu chegasse até aqui e que, com certeza, farão muito mais para que eu vá ainda mais longe. Meus pais, minha base, minha fortaleza, meu tudo.

Agradecer também a minha irmã e a todos os meus familiares que sempre acreditaram em mim. Aos meus avós, em especial a minha vó Rita que está ao lado de Deus.

Não posso esquecer dos meus amigos que estiveram ao meu lado durante toda essa caminhada, meus APFs, que são os melhores amigos que eu poderia ter, os meus topzeros e a todos a quem eu considero e que me consideram como amigo.

Por fim, agradeço às famílias que Deus me deu, meus eternos grilinhos (Louva Deus), meus anjinhos (Anjos Escolhidos por Deus) e àqueles por quem meu coração pulsa fervorosamente, meus vermelindos, minha paixão, meu Coração Abrasador.

À todos meu muito obrigado!

## RESUMO

O presente relatório vem mostrar o processo de criação, produção e execução da Revista Ser Cristão, produto midiático apresentado como trabalho de conclusão de curso (TCC). Tendo em vista que este tipo de produto possui uma ampla possibilidade de produção, a revista Ser Cristão surge com a proposta de levar a evangelização e o conhecimento sobre Deus, seus ensinamentos e a doutrina da Igreja Católica através de suas páginas ao público jovem católico. Dentro deste contexto, o leitor encontrará conteúdos completamente pertinentes a realidade cristã, voltados ao catolicismo. A revista Ser Cristão se configura como um produto jornalístico único e original, com sua própria identidade e que foge das características encontradas nas mídias convencionais.

**Palavras-Chaves:** Jornalismo Impresso; Revista; Igreja Católica; Projeto Editorial; Projeto Gráfico.

## **ABSTRACT**

This report has been presenting the process of creation, production and execution of the SerCristão Magazine, a media product as a Work Compilation of course (TCC). Given that this type of product has a large production capacity, the SerCristão Magazine comes with a proposal of evangelization and knowledge about God, his teachings and the doctrine of the Catholic Church through its pagesto the young catholic public. In this context, the reader of complete contents completely relevant to Christian reality, focused on Catholicism. The SerCristão Magazine is configured as a unique and original journalistic product, with its own identity and that it escapes of the characteristics found in the conventional media.

**Keywords:**Printed Journalism; Magazine; Catholic Church; Editorial Design; Graphic Design.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Corpo do Texto das Matérias .....	p. 22
Figura 2: Editorias .....	p. 23
Figura 3: Título 1 .....	p. 23
Figura 4: Título 2 .....	p. 23
Figura 5: Título 3 .....	p. 24
Figura 6: Olho 1 .....	p. 24
Figura 7: Olho 2 .....	p. 24
Figura 8: Letra Capitular .....	p. 24
Figura 9: Créditos e Legendas .....	p. 25
Figura 10: Cores .....	p. 26
Figura 11: Cores por Editoria .....	p. 26
Figura 12: Cores por Editoria .....	p. 26



## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	08
2.	OBJETIVOS .....	09
3.	JUSTIFICATIVA .....	11
4.	PÚBLICO ALVO .....	13
5.	ORÇAMENTO PRELIMINAR .....	14
6.	CRONOGRAMA .....	15
7.	DESCRIÇÃO E DETALHAMENTO TÉCNICO .....	16
7.1.	Descrição da Revista .....	16
7.2.	Referencial Teórico .....	17
7.2.1.	O que é revista? .....	17
7.2.2.	Comunicação e Religião .....	18
8.	DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO .....	21
8.1.	Tipologia e Recursos Visuais .....	21
8.2.	Cores .....	24
9.	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO .....	26
10.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	27
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	30

## 1. INTRODUÇÃO

O presente relatório vem detalhar o processo de criação da revista “Ser Cristão”, produto midiático resultado do Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

A revista é um meio de comunicação diferente de qualquer outro, em diversos aspectos: formato, periodicidade, público e principalmente conteúdo. Esse tipo de mídia se torna único pela forma em que os jornalistas, designers, fotógrafos e diagramadores podem trabalhar.

No âmbito do jornalismo, sabemos que as revistas são os mídias onde podemos encontrar textos mais completos, com uma narrativa humanizada, cheia de detalhes, onde é possível evidenciar, além dos fatos, personagens. Trabalhar com esse tipo de meio possibilita ao jornalista uma visão muito maior do que o mesmo poderia ter ao produzir uma matéria para um telejornal, jornal impresso, ou até mesmo para um portal de notícias. A instantaneidade não é o desafio maior de uma revista, mas a sua forma de lidar com os fatos, trazendo a notícia de um ponto de vista ainda não mostrado pela mídia de jornalismo diário.

Pensando nessa perspectiva, foi decidido criar um projeto editorial no formato de revista, capaz de trazer ao leitor um produto diferenciado em relação ao seu conteúdo, disposição de imagens, projeto gráfico, etc.

Olhar para a juventude e despertar nela o interesse pela igreja, não é uma tarefa fácil, principalmente no mundo contemporâneo, onde existem múltiplas possibilidades, como as drogas, bebidas, prostituição, etc. Anseios, curiosidades, uma série de sentimentos e emoções, vontade de alçar voos altos e o desejo de mudar o mundo com suas atitudes, acabam, muitas vezes, afastando os jovens de Deus. Os meios de comunicação são uma forte influência para a juventude construir e desenvolver seus pensamentos e modos de vida e é também através desses meios, que busca-se a melhor forma de atraí-los. Visto isso, surgiu a ideia de criação da revista “Ser Cristão”.

De acordo com o que foi dito, a revista “Ser Cristão” retratará em suas páginas tanto como é a vida de um jovem católico dentro e fora da igreja, como

trará questões de grande relevância no cotidiano da juventude em geral, a exemplo da identificação dentro da sociedade, relacionamento, tecnologia, etc., se preocupando em proporcionar ao seu público alvo uma leitura prazerosa. Não podemos esquecer de mencionar o uso da narrativa humanizada, que tornará os textos ainda mais fluidos de forma que o leitor se identifique com o discurso utilizado.

E para tornar a revista ainda mais acessível ao público leitor, será disponibilizada a versão online na plataforma Issuu, onde qualquer pessoa poderá ter acesso ao exemplar, sem precisar ter consigo o produto impresso.

## **2. OBJETIVOS**

### **Objetivo Geral**

- Criar um projeto editorial de revista com o propósito da evangelização e formação, através de conteúdos pertinentes à realidade do público jovem católico.

### **Objetivos Específicos**

- Desenvolver um projeto gráfico que atraia o público alvo;
- Priorizar a importância da juventude católica para a igreja;
- Tornar conhecido os dogmas e doutrinas da Igreja Católica;
- Mostrar o serviço do jovem cristão para com a igreja;
- Trazer à tona realidades vinculadas à igreja pouco trabalhadas pela mídia convencional.

### 3. JUSTIFICATIVA

A juventude é uma fase em que o ser humano passa por diversas mudanças, sejam elas físicas ou comportamentais. As mudanças físicas ocorrem naturalmente, devido as alterações fisiológicas e hormonais no período da puberdade. Já as comportamentais são aquelas que perpassam por uma série de fatores sejam eles sociais, culturais, políticos, etc., e que definem a forma como o jovem pensa, age, se veste. Dentre estes fatores encontra-se a mídia, que, com seu grande poder de persuasão, é uma das principais formadoras de opinião, permitindo com que suas produções interfiram de forma direta na vida do ser humano, como diz Guimarães e Mazetti:

Encontramos no mercado editorial várias publicações relacionadas a jovens. Tais publicações oferecem uma gama de alternativas para a construção de uma identidade juvenil. Nos textos e imagens do discurso midiático, o público leitor pode se autorreconhecer de diferentes maneiras, mediante possibilidades de incorporação de diversos pontos de vista capazes de indicar quem são ou quem gostariam de ser. (GUIMARÃES; MAZETTI, 2014 p.1)

Mas que tipo de conteúdo vem sendo produzido pela mídia? E até que ponto isso se torna saudável na vida do jovem? Como dito anteriormente, essa é uma fase em que o ser humano passa por mudanças e como a mídia tem esse poder de interferência acaba por diversas vezes influenciando de forma negativa o comportamento juvenil. O Diretório de Comunicação da Igreja do Brasil, 2014, nos diz que as produções midiáticas cada dia mais vem nos mostrando sinais de degradação e banalização, seja pela busca incessante da audiência, ou pela espetacularização.

Pensando nisso, surgiu a proposta de construção de um produto jornalístico voltado ao público jovem, capaz de apontar outro caminho longe do sensacionalismo existente na mídia convencional. Através da evangelização, a revista “Ser Cristão” tem como objetivo mostrar a realidade e dogmas da igreja, evidenciando a vida dos jovens que estão à serviço da comunidade, do próximo e de Deus. O Diretório de Comunicação da Igreja do Brasil, documento da CNBB, nos fala sobre a importância da comunicar a fé:

A Igreja existe para evangelizar. Ela anuncia, por palavras e ações, Jesus Cristo, que enche nossos corações e nos impele a evangelizar. Jesus atrai a si os homens de cada geração, convocando a Igreja a anunciar o Evangelho, com um mandato que é sempre novo. Hoje, é necessário um empenho eclesial mais convicto a favor de uma nova evangelização, para redescobrir a alegria de crer e o entusiasmo de comunicar a fé. (CNBB, 2014)

A ideia de trabalhar com o gênero revista surgiu a partir de produções desenvolvidas em sala de aula, onde foi possível o contato com o jornalismo de cunho literário, a diagramação, a fotografia, as artes gráficas, etc. A escolha do título “Ser Cristão” condiz profundamente com o objetivo do projeto, pois a revista tem a proposta de trazer a realidade cristã, através da perspectiva da juventude dentro da igreja católica. Como ser um Ser Cristão? A resposta para esse questionamento estará estampada em cada página da revista a qual este projeto se refere.

#### **4. PÚBLICO ALVO**

Os conteúdos produzidos para a Revista Ser Cristão possui uma segmentação voltada ao público jovem católico.

## 5. ORÇAMENTO PRELIMINAR

Por se tratar de um produto “piloto”, com a finalidade de ser apresentado à banca examinadora, foram confeccionados 4 exemplares da *Revista Ser Cristão*, direcionados à orientadora, ao idealizador e aos dois componentes da banca. A impressão foi feita na Copiadora Experaí, onde foi utilizado papel Couchê 115 g, no valor de R\$ 4,00 por página, totalizando R\$ 48,00 cada exemplar. Dessa maneira a revista conseguiu chegar bem próximo à proposta idealizada pelos seus criadores.



## 6. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

<b>MÊS/ANO ATIVIDADES</b>	<b>DEZ</b>	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>
<b>Elaboração do Projeto</b>	XXXX								
<b>Elaboração das Pautas</b>		XXXX							
<b>Edição de textos e fotos</b>			XXXX						
<b>Diagramação</b>				XXXX					
<b>Publicidade</b>				XXXX					
<b>Revisão Final</b>					XXXX				
<b>Impressão</b>									XXXX
<b>Revisão Bibliográfica</b>									XXXX
<b>Relatório Técnico</b>									XXXX
<b>Defesa do TCC</b>									XXXX

## 7. DESCRIÇÃO E DETALHAMENTO TÉCNICO

### 7.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A Revista Ser Cristão, como já mencionado anteriormente, é um projeto editorial voltado ao público Jovem Católico. Dentro das suas 24 páginas será possível encontrar conteúdos que falam sobre a Igreja Católica, sua doutrina, ensinamentos, sacramentos e, ainda, sobre o comportamento dos jovens na contemporaneidade. Estes conteúdos estão divididos por editorias para facilitar a distribuição das matérias pelas páginas da revista.

A editoria *Jovem e Igreja* trás assuntos pertinentes a doutrina e ensinamentos da Igreja Católica, onde os jovens poderão se familiarizar e conhecer ainda mais sobre esta instituição.

Por se tratar de um projeto editorial voltado para o público jovem foi pensado em uma editoria que falasse sobre tecnologia, tema completamente pertinente a realidade juvenil, esta editoria foi nomeada *Conectados na fé*.

Para a proposta da revista é imprescindível que exista uma editoria que traga temas que mostrem o comportamento do jovem católico. A editoria *Juventude e vida*, nesta primeira edição da revista, vai trabalhar os temas *Namoro e Vocação*.

É de grande importância, também, mostrar aos jovens *Palavras do Papa*, onde os jovens poderão estar por dentro do que o Papa Francisco tem a dizer sobre e para a juventude católica. Além desta editoria, pensamos também em uma página de sugestões, sejam livros, CDs ou materiais que possam edificar a vida dos jovens cristãos, estas são as *Dicas de Fé*.

Para a matéria de *Capa* da primeira edição da Revista Ser Cristão, trouxemos um tema bastante importante: a oração do terço. Rezar o terço é uma prática comum para os Católicos, mas que precisa ser fortalecida pela juventude no seu dia a dia.

## 7.2 Referencial Teórico

### 7.2.1 O que é revista?

Para o desenvolvimento deste produto midiático foi necessário o estudo de alguns autores que atuam nas áreas de jornalismo de revista, jornalismo literário, diagramação, comunicação e religião, para possibilitar a construção de reportagens e recursos gráficos que se caracterizam dentro do gênero revista.

Vemos no mercado midiático diversas produções voltadas ao público jovem. Essas publicações proporcionam à juventude a construção de uma identidade muitas vezes não saudável. Foi pensando nessa perspectiva que surgiu a ideia de criar um meio que trouxesse aos jovens uma nova visão de mundo, uma nova forma de ver a vida dentro do catolicismo.

Segundo Marília Scalzo (2008), uma revista é um objeto querido, fácil de carregar, mas é também um encontro entre o editor e o leitor, onde contatos se estabelecem, ajudando a se construir uma identidade, neste caso uma identidade católica. Falar diretamente com o leitor é uma das características desse meio, portanto, para chamar a atenção do público alvo será utilizada uma linguagem que alcance essas pessoas, por isso, serão trabalhados textos jornalísticos entrelaçados à literatura e uma linguagem dentro dos padrões religiosos. O jornalismo literário busca se desprender das amarras das redações, fugindo do texto tradicional, viabilizando novas possibilidades dentro do campo jornalístico. Felipe Pena relata a importância de se trabalhar o jornalismo e a literatura juntos:

Significa potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lead, evitar definidores primários e, principalmente garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embrulhar o peixe na feira. (PENA, 2006 p. 13).

Além do texto verbal, faz-se necessário numa revista o uso de recursos visuais. Para Scalzo, “O texto, por mais perfeito que seja, será sempre melhor compreendido e atraente quando acompanhado de uma boa fotografia ou de um infográfico bem feito” (SCALZO, 2008). Sendo assim, fotografias,

ilustrações e infográficos dividirão as páginas com as matérias e reportagens veiculadas na revista, criando um verdadeiro contraste, onde nenhum se sobreponha ou tire a importância do outro. Segundo Ivan Lima (1988), a fotografia chama a atenção do leitor, que fica na expectativa do porquê da imagem utilizada, atraindo-o, assim, ao texto escrito. O fotógrafo Boris Kossoy, também fala da importância da imagem fotográfica:

A imagem fotográfica é o relê que aciona nossa imaginação para dentro de um mundo representado (tangível ou intangível), fixo na sua condição de registro documental do mundo visível, do aparente, porém moldável de acordo com nossas imagens mentais, nossas fantasias e ambições, nossos conhecimentos e ansiedades, nossas realidades e nossas ficções (KOSSOY, 2009, p. 46)

Mas a fotografia não é o único recurso visual que atrai a atenção do público leitor. A diagramação é o ponto “x”, onde se desdobrará toda a arte gráfica que deve ser coerente com todo o projeto da revista. É preciso muito cuidado na escolha das fontes, cores, espaçamentos, pois esses pequenos detalhes interferem nas reações psicológicas do leitor, podendo atrair ou não o seu olhar para o produto. Rafael Souza Silva, em sua obra Diagramação, apresenta a afirmação do autor Celso Kelly, sobre a importância da diagramação:

[...] a arte gráfica começa pela diagramação; desdobra-se na escolha dos tipos; complementa-se na confecção das manchetes. Estabelecem-se as relações do gráfico com o assunto. [...] as ilustrações aquecem o texto; dão visualidade pronta, antes da leitura. Fotos, caricaturas, anúncios, externam-se em meio aos textos, quebram-lhe a monotonia, imprimem movimento ao todo. (SILVA apud KELLY, 1985, p. 28)

O conhecimento técnico é de fundamental importância para se criar uma revista ou qualquer outro produto midiático, visto que engloba diversos tipos de conhecimento. Mas além de todo planejamento gráfico e editorial, também é necessário mergulhar um pouco na temática em que a revista está inserida, ou seja, os entrelaçamentos entre a comunicação e a religião.

## 7.2.2 Comunicação e Religião

Depois de se atentar ao referencial teórico sobre a parte física da revista é preciso compreender o porquê de se trabalhar com o conteúdo escolhido. Voltando o nosso olhar para a perspectiva da ascensão das tecnologias ao longo do tempo, é possível perceber um distanciamento das pessoas para com a religião. Isso se deve aos valores consumistas, pelos padrões de beleza, pelos valores sociais e morais cada dia mais deturpados, a própria desvalorização da família, dentre outras coisas impostas pela mídia que possui o grande poder de persuadir e modificar o pensamento da população, na busca excessiva e obsessiva de audiência.

As produções midiáticas podem promover uma fragmentação pessoal e social, gerando distanciamento ao invés de proximidade. Isso ocorre quando os meios de comunicação valorizam mais quem se destaca por sua desenvoltura, e por vezes não se preocupam com os valores humanos e éticos expressos nos conteúdos das produções (CNBB, 2014)

Nos anos 70, do século passado, a Igreja Católica verificou que os veículos de comunicação eram fundamentais para a difusão das crenças. Ocuparam-se pequenos horários da programação (principalmente de rádio) e, então, chegou-se à conclusão que ter um espaço determinado não era suficiente. Devia-se ir além. Era preciso ter veículos de comunicação que divulgassem somente os valores cristãos (CABRAL, 2007).

Diante disso, a igreja viu que os meios de comunicação de massa, muito mais que distanciar as pessoas, poderiam torná-las próximas. Foi a partir daí que as religiões passaram a apropriar-se da mídia no intuito de trazer os seus fiéis para mais perto da igreja, sendo uma forte ferramenta de evangelização, à exemplo das TVs Canção Nova e Aparecida<sup>1</sup>, além de outras plataformas, sejam no rádio, revistas ou sites.

O Papa Francisco, na Plenária do Pontifício Conselho das Comunicações Sociais (PCCS)<sup>2</sup>, em Setembro de 2016, discursou sobre a importância da participação dos cristãos nos meios de comunicação. Segundo

---

<sup>1</sup> As TVs Canção Nova e Aparecida são redes de televisão brasileira, com conteúdos predominantemente religioso e voltado ao público católico.

<sup>2</sup> O Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, é um conselho vaticano que opera no encontro entre a mensagem do Evangelho e os meios de comunicação sociais.

o líder da Igreja Católica, é muito importante a atenção e a presença da Igreja no mundo da comunicação, para através do diálogo com o homem, possa levá-lo ao encontro com Cristo. Portanto, esse deve ser o foco geral da Revista Ser Cristão, através de suas páginas e conteúdos levar o ser humano ao encontro com Deus, tornar esse contato cada vez mais próximo, cumprindo, assim, com seu objetivo principal.

## 8. DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO

### 8.1 Tipologias e Recursos Visuais

Como vimos anteriormente, a diagramação da revista é o ponto “x” em um projeto editorial. É na diagramação que todo o projeto gráfico é posto em prática, desde a disposição de imagens, até a escolha das tipologias e cores que serão utilizadas. Esta é a etapa onde será dada ao produto uma identidade visual, onde o público poderá distinguir a revista, independente da edição, só pelos elementos que a compõe.

Um dos elementos principais que constituem o projeto gráfico é, sem dúvidas, a tipologia. Os tipos (fontes) são uma das características mais fortes de um projeto editorial, onde será possível, além de conceder o aspecto da identidade visual à publicação, possibilitar uma aproximação maior do público com o produto. Não podemos deixar de ressaltar a importância da clareza e legibilidade das fontes escolhidas para a construção dos elementos gráficos de toda a revista.

A fonte é um dos instrumentos básicos do designer gráfico. Com atenção ao detalhe, o designer pode usar a fonte para comunicar de forma adequada, sugerir estados de ânimo e personalidade, bem como contribuir para a dinâmica do layout da página ou da superfície. (GORDON; GORDON, 2012, p. 50)

Por se tratar de uma publicação voltada para o público jovem, a escolha das fontes foi algo crucial e de extrema importância para que o olhar do leitor seja atraído por cada página da revista. Para isso, no corpo do texto foi utilizada a fonte Calibri, pois é uma fonte moderna, sem serifas e de fácil compreensão.

Figura 1 - Corpo do Texto das Matérias

Santa Teresinha do Menino Jesus disse que “pelo terço, podemos tudo alcançar”. Para ela, é “uma longa cadeia que liga o céu e a terra” onde “uma das extremidades está entre as nossas mãos e a outra nas da Santíssima Virgem”. Santa Teresinha ainda nos fala que “enquanto o Rosário for rezado, Deus não poderá abandonar o mundo, pois essa oração é poderosa em seu coração”.

*Fonte: Calibri*

A fonte utilizada na separação das editorias foi Beba Neue, no tamanho 16. Para destacar, o nome de cada editoria foi colocado sobre um retângulo com diferentes cores. Dessa forma ficou mais fácil de separar e identificar as editorias de cada matéria.

Figura 2 – Editorias



Os títulos das matérias sofreram variações de fontes. Percebemos que para atrair um público jovem foi necessário, neste aspecto, fugir de uma padronização, de maneira a se aproveitar melhor os recursos estéticos e estilísticos nas páginas da revista.

Figura 3 – Título 1



Figura 4 – Título 2



As fontes de todos os títulos das matérias possuem traços curvilíneos que dá um aspecto mais jovial a página. A ausência de serifas nas fontes dos títulos, também ajudam na compreensão e na leitura do texto, tornando o título



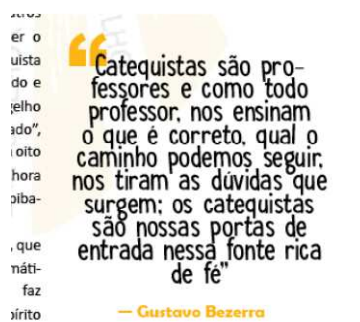
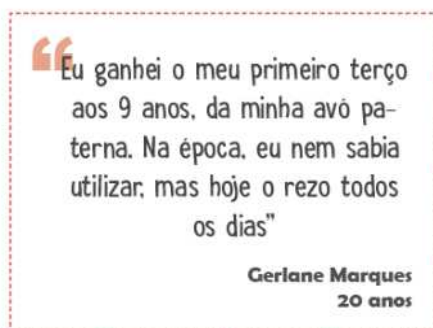
mais chamativo e agradável aos olhos de quem ler.

Figura 5 – Título 3



Os olhos e citações seguiram um padrão de fonte e estilo para que se crie uma identidade visual que se estenderá às outras edições. A fonte utilizada foi DK Toadstool e o tamanho varia de acordo com a matéria e disposição da página. Os tracejados em volta das citações também se tornam características únicas da Revista Ser Cristão. O olho é um elemento que provoca o dinamismo nas matérias da revista.

Figura 6 e 7 – Olho

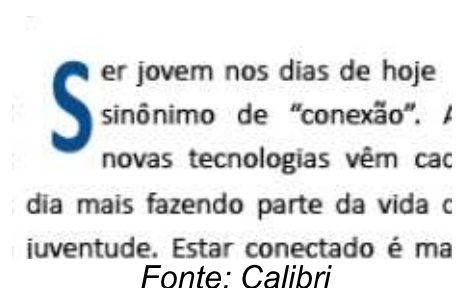


Fonte: DK Toadstool

Em todos os textos foram utilizadas a letra “Capitular”, na fonte Calibri e

tamanho 37, elemento padrão em todas as matérias da revista.

Figura 8 – Letra Capitular



Os créditos e legendas das fotos também seguiram um padrão, neles foram utilizados a fonte Calibri no tamanho 8, e estão posicionados na lateral ou parte inferior da imagem, dependendo da disposição da fotografia nas matérias.

Figura 9 – Créditos e Legendas



## 8.2 Cores

Não podemos criar um projeto gráfico e editorial sem pensar em como as cores utilizadas irão interferir na preferência do público pelo produto. Portanto, assim como a tipografia, as cores são elementos indispensáveis na construção de uma revista, principalmente quando se trata de uma publicação voltada ao público jovem.

Usar a cor levando em conta os conceitos de harmonia e contraste leva o produto a atingir os seus objetivos. É evidente que outros fatores formam o conjunto harmonioso, porém, a cor é um fator preponderante em comunicação visual. (COLLARO, 2000, p. 3)

Na revista *Ser Cristão*, o uso das cores foi um dos artifícios imprescindíveis para conquistar o olhar do seu público e criar uma identidade visual ímpar. A cor está presente em todo projeto editorial, principalmente na divisão das seções, onde foram utilizadas uma variação de cores fortes e chamativas, a fim atrair o olhar do leitor.

Figura 10 – Cores



As cores utilizadas nos elementos gráficos de cada matéria, seguiram o padrão de cor de seu editorial, a exemplo das letras capitular, das aspas e tracejados utilizados nos olhos, nos boxes e nos demais elementos que compõem as páginas, como é possível visualizar nas figuras abaixo:

Figura 11 e 12 – Cores por Editoria



## 9. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

O planejamento da revista *Ser Cristão* teve início com a produção do projeto de TCC em jornalismo, período no qual o projeto editorial começou a ser idealizado. Após esta etapa realizada foi necessário estipular prazos, junto a orientadora, para uma maior organização e melhor aproveitamento do tempo de produção.

O próximo passo seguido foi a produção das pautas, onde buscamos temas que pudessem despertar o interesse do público jovem católico. Depois dos temas escolhidos, entramos em contato com as fontes para darmos início ao processo de produção das matérias. Nesta etapa não houve muitas dificuldades já que conhecíamos fontes seguras e que se mostraram disponíveis para ajudar. Logo após, partimos para o processo de execução das pautas. Este processo foi mais delicado, já que exigiu mais tempo pela quantidade de matérias e o pequeno número de pessoas envolvidas na produção da revista. Porém, a ajuda da orientadora foi crucial para organização do tempo e da construção das matérias.

A edição teve início após todas as reportagens ficarem prontas. Por se tratar de uma revista, pudemos trabalhar bastante a parte do texto em suas páginas, mas tivemos cautela para que o excesso não prejudicasse a diagramação e nem causasse um impacto negativo aos olhos do leitor. Ainda sobre a edição, foram ouvidas algumas sugestões da orientadora que acrescentaram muito na finalização das matérias.

A criação do projeto gráfico teve início ao final do processo de edição, onde foram escolhidas as fontes, tamanho, nome das editorias, cores, etc. A partir de então, começamos a diagramar a revista. Uma primeira versão foi apresentada a orientadora, que levantou algumas observações construtivas a respeito da parte gráfica, à exemplo das fontes dos títulos, a escolha da foto de capa e a própria diagramação de algumas matérias. Após modificadas as alterações solicitadas, foi feito o orçamento preliminar e finalmente a versão final foi levada para a impressão.

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste relatório pudemos observar a importância do produto midiático aqui detalhado, onde a união do projeto editorial e gráfico, a produção de textos e fotografias tornaram a Revista Ser Cristão um produto único e diferenciado, possuindo uma identidade própria.

Neste relatório foi abordado o passo a passo de toda a produção deste projeto editorial, desde a criação e idealização até o processo final de diagramação e impressão. Foram meses de dedicação e de um trabalho intenso, buscando informações, entrevistando fontes, escrevendo textos, onde notamos que foi possível unir todo conhecimento teórico adquirido no decorrer do curso à prática que o mercado de trabalho nos exigirá daqui para frente.

Foi de extrema importância participar de cada etapa de produção, desde a criação até a execução, pois sabemos que no mercado atual o jornalista deve ser multi tarefas e ter domínio sobre diversas áreas da comunicação. Este ponto serviu de grande crescimento para o desenvolvimento profissional das partes envolvidas, além do crescimento intelectual que a prática de cada uma das etapas nos proporcionou.

A Revista Ser Cristão foi criada com o objetivo de evangelizar, informar e mostrar aos jovens leitores como é o dia a dia de um cristão, através da fé e da doutrina da Igreja Católica, com base nos ensinamentos de Deus, contidos na Bíblia Sagrada. Desta forma, além de ser um produto impresso, a revista será disponibilizada na plataforma online *Issuu*, para que o público tenha um acesso maior ao projeto editorial. E hoje, ao concluir este relatório técnico, temos a certeza de que o nosso objetivo foi cumprido, onde todo conteúdo presente em nossa revista servirá de crescimento tanto para nós quanto para os todos os seus leitores.

## 11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico - Teoria e Prática da Diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

**Diretório da Comunicação da Igreja do Brasil**. Documento CNBB, 2014.

GORDON, Bob; GORDON, Maggie. **O essencial do design gráfico**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012.

GUIMARÃES, Bruno Menezes Andrade; MAZETTI, Henrique Moreira. **A construção da identidade do jovem religioso na coluna Altos Papos**. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vila Velha –ES, 2014.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na Trama Fotográfica**. 4 Ed. — São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

LIMA, Ivan. **A Fotografia é a Sua Linguagem**. Rio de Janeiro, 2ª edição, Espaço e Tempo, 1988.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2008.