

Faculdade Canção Nova

Giovana Marques

ESTOTE PARATI: Revista impressa
da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil

**Cachoeira Paulista
2020**

Faculdade Canção Nova

Giovana Marques

ESTOTE PARATI: Revista impressa
da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como exigência para obtenção do grau de
bacharelado em Jornalismo na Faculdade
Canção Nova sob orientação do Prof. Me.
Marcos Jolbert C. Azambuja.

Cachoeira Paulista
2020

GIOVANA MARQUES

ESTOTE PARATI: Revista impressa
da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil

Trabalho de Conclusão de curso apresentado
como exigência para obtenção do grau de
Bacharelado em Jornalismo pela Faculdade
Canção Nova sob a orientação do Prof. Me.
Marcos Jolbert C. Azambuja.

Aprovado em: 26 de janeiro de 2021.

Nota: _____

Banca Examinadora:

Prof. Me. Marcos Jolbert C. Azambuja – Orientador
Faculdade Canção Nova

Profª. Dra. Vaniele Barreiros da Silva
Faculdade Canção Nova

Prof. Me. Denis Duarte
Faculdade Canção Nova

**Cachoeira Paulista
2020**

À Deus.
Às guias e escoteiros católicos do Brasil.
Ao meu pai José Murilo Marques (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Maria José de Paula Marques e José Murilo Marques (*in memoriam*) pelo apoio e suporte financeiro que me deram para cursar esta faculdade. Os amo.

A todos que contribuíram para o meu Trabalho de Conclusão de Curso, entre eles: meus irmãos da AGEBR Pierry Carvalho e Fernando Magne e minhas amigas Isabella Barbosa, Ana Luiza Meireles, Lorena Amorim, Camila Godinho e Jéssica Souza.

Aos meus professores e irmãos da AGEBR, Me. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja e Me. Denis Duarte que me apresentaram o movimento escoteiro católico e se dedicaram em muitos momentos a me repassar valores e a desenvolver habilidades, contribuindo em minha formação profissional e pessoal nestes anos.

Aos demais professores da Faculdade Canção Nova, especialmente a Dra. Vaniele Barreiros pela disponibilidade e carinho em momentos que precisei e a Me. Ioná Piva Rangel pelas experiências compartilhadas e entusiasmo em suas aulas que sempre me motivaram na busca por me tornar uma boa profissional.

A Pastoral Universitária da Faculdade Canção Nova, aos missionários da comunidade Canção Nova que convivi e ao Ministério de Universidades Renovadas pelas amizades e por todo suporte espiritual e de formação humana proporcionados neste tempo.

Por fim, a todos os familiares e amigos que me ajudaram a persistir em momentos difíceis da realização deste trabalho, agradeço o apoio e a generosidade.

Que o bom Deus os abençoe.

RESUMO

Este trabalho constrói um modelo impresso de revista para a Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR), movimento escoteiro católico brasileiro. A revista de nome *Estote Parati* tem o intuito de fortalecer a comunicação da associação e ser um meio de aprendizagem para seus integrantes. Apresenta em seu conteúdo matérias e entrevistas sobre aspectos pedagógicos, informativos, técnicos e históricos da associação que foi fundada recentemente no Brasil. Visa atingir membros da AGEBR, jovens e adultos, escoteiros católicos, Igrejas cristãs e Igreja Católica Apostólica Romana. A partir de pesquisas bibliográficas, este trabalho buscou compreender a função da revista impressa, suas características e modo de construção com base em autores como Ali, Scalzo, Ambrose, Harris, Collaro e Fonseca. Para a análise dos assuntos gerais do tema da revista, investigou-se através de documentos, bibliografias, entrevistas e sites os interesses e necessidades do público-alvo que culminou na elaboração da linha editorial do produto. Entende-se que a revista possui potencialidades para atender um público específico, fortalecer a identidade e interesses singulares de um grupo, como também trabalhar textos jornalísticos em profundidade. Sabe-se ainda que este formato pode ser utilizado como uma estratégia comunicacional em organizações. Por isso, conclui-se que *Estote Parati* apresenta-se como um veículo apropriado para contribuir com a comunicação da AGEBR, sendo um meio de aprendizagem para o público quanto a questões de aspectos pedagógicos, técnicos e históricos, além de auxiliar em sua missão e promover uma ampliação da visibilidade da associação como um movimento de educação por meio do escotismo católico.

Palavras-chave: Revista. Editorial. Design Gráfico. Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1. OBJETIVOS	11
1.1 Objetivo Geral	11
1.2 Objetivos Específicos	11
2. JUSTIFICATIVA	12
3. REFERENCIAL TEÓRICO	13
3.1 REVISTA	13
3.1.1 Editorial	14
3.2 DESIGN EDITORIAL	16
3.2.1 Design de Revista	16
3.2.2 Diagramação	16
3.2.3 Grid	18
3.2.4 O uso do <i>layout</i>	18
3.3 PROJETO GRÁFICO	19
3.3.1 Cor	19
3.3.2 Tipografia	20
3.3.3 Fotografia	21
3.3.4 Infografia	22
3.3.5 Ilustração	23
3.3.6 Capa	23
3.4 ASSOCIAÇÃO GUIAS E ESCOTEIROS CATÓLICOS DO BRASIL	24
3.4.1 Método e Pedagogia	28
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	31
5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO	32
6. SINÓPSE	36
7. ORÇAMENTO	37
8. PÚBLICO ALVO	38
9. VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	42

ANEXOS	44
ANEXO A – Pautas	44
ANEXO B – Documentos de Autorização de Entrevistas e Imagens	50
APÊNDICES	59
APÊNDICE A – Pesquisa Público	59
APÊNDICE B – Painel Semântico	60
APÊNDICE C – Boneco	61

INTRODUÇÃO

Progressivamente estratégias de comunicação são utilizadas em empresas e organizações de forma a contribuir no alinhamento dos seus valores e objetivos e favorecer o envolvimento de todas as pessoas que as constituem. Como parte deste plano, aproveita-se de recursos informativos como boletins, jornais, redes sociais, publicações dentre outros. O formato de revista apresenta-se em diferentes tipos conforme Ali (2009), sendo um deles as revistas de empresas e organizações que visam a comunicação com funcionários, clientes, organizações e associados em suas áreas de atividades.

Tendo em vista os diversos meios de informação existentes, encontra-se no formato de revista a possibilidade de focar um público singular fortalecendo a identidade e os interesses particulares, devido ao caráter segmentado, e também por permitir trabalhar textos jornalísticos com maior profundidade. Para Scalzo (2016, p. 50) “as revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles.”

Este trabalho busca responder a seguinte questão: Que soluções de projeto editorial de fluxo de informação seriada, podem ser considerados potencialmente adequados no sentido de fortalecer a comunicação e ser um meio de aprendizagem para questões de aspectos pedagógicos, técnicos e históricos da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR)? Como chave para este problema, visou-se o desenvolvimento de uma revista impressa para a AGEBR com o nome *Estote Parati*.

A AGEBR, movimento escoteiro católico brasileiro, exerce um escotismo confessional no país desde 2012, possuindo atualmente grupos aspirantes em seis estados: São Paulo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Pará, Distrito Federal e Minas Gerais. A escolha do produto deu-se pelo formato ser visto como apropriado no sentido de fortalecer a comunicação da associação além de se apresentar como um produto inovador para a mesma.

Estote Parati é um produto que vem informar, instruir e entreter sobre assuntos gerais da associação, de modo mais aprofundado, leve e atrativo, funcionando como fluxo de informação periódica de acordo com as necessidades de seu público, diferentemente dos meios de comunicação que a associação já possui (*Site, Facebook, Instagram, Twitter e Youtube*).

Quanto ao embasamento teórico, este estudo conta com pesquisa bibliográfica de autores como Ali (2009), Scalzo (2016), Goulart (2006), Fonseca (2008) e Ambrose; Harris (2012) a fim de entender o papel da revista na comunicação, suas características e modo de

construção. Para os assuntos gerais da AGEBR, usou-se a pesquisa documental, bibliográfica, entrevistas e sites como elementos norteadores para entender e construir a linha editorial e contribuir com assuntos de seus interesses e necessidades a serem publicadas na revista.

A revista é composta por cinco seções fixas, três editoriais, um anúncio e uma coluna, cujos os conteúdos tratam de informações históricas, pedagógicas e atuais da associação contando com a utilização de quatro QR Codes para interatividade com outros meios informativos referentes à AGEBR.

Assim, compreende-se que a revista impressa *Estote Parati*, vem atender e favorecer os interesses da AGEBR como um movimento de educação por meio do escotismo católico, na formação e atualização dos seus membros, além de contribuir com o trabalho da associação e possibilitar uma ampliação de sua visibilidade. O produto poderá passar por constante atualização em sua linha editorial em futuras edições com o intuito de readequar-se sempre que necessário aos gostos e necessidades do público-alvo.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GERAL

Produzir uma revista na versão impressa para a Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Criar uma linha editorial;
- Elaborar o projeto gráfico de revista na versão impressa;
- Recrutar informações gerais da associação para incluir na revista;
- Apontar elementos fundamentais da pedagogia da associação.

2. JUSTIFICATIVA

A revista, conforme Scalzo (2016) permite explorar novos ângulos, trazer narrações exclusivas e focar no que o público alvo deseja saber. A partir desta afirmação é possível identificar a relevância social deste trabalho, pois uma revista para a Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR) oportuniza a organização de informações e produção de conteúdo sobre seus assuntos de forma diferenciada para todos os seus membros no país. Dessa maneira, contribuiria para novas possibilidades acerca da aplicação pedagógica e formação dos integrantes, como também para levá-los a uma maior identificação com o escotismo católico ao apresentar suas temáticas de forma atrativa e mais aprofundada.

Além disso, uma revista impressa para a AGEBR se configura como uma proposta inovadora para a associação que foi fundada recentemente no Brasil e possui em seu aporte de comunicação atualmente um site e redes sociais (*Facebook, Instagram, Twitter e Youtube*).

Estratégias de comunicação, como recursos informativos impressos, são muito utilizadas atualmente por empresas e organizações em uma das áreas de atuação do jornalismo: a comunicação empresarial. De acordo com Rego (1986), as publicações como estratégia de comunicação interna fortalecem o espírito de equipe e promovem ensinamentos. Nesse sentido, a criação de um produto apropriado na versão impressa para a AGEBR, baseando-se em estudos sobre: revista impressa, *design* editorial, projeto gráfico e outros, apresenta-se como relevância acadêmica do presente trabalho.

No âmbito pessoal este projeto sustenta-se no fato de que a autora é uma das precursoras e integrante da AGEBR, participando de seu período de fundação e implementação. É do interesse da autora contribuir na comunicação da associação, na pedagogia e na formação dos membros, auxiliando todos os envolvidos no movimento escoteiro católico brasileiro e visando também atingir pessoas que se interessem e identificam com a proposta do movimento, tornando-o mais conhecido em suas atividades.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 REVISTA

Existem muitos meios de comunicação, plataformas e distribuição de informações, impressos ou digitais, televisivos ou radiofônicos que transmitem mensagens jornalísticas de maneiras distintas. Ao pensar em uma revista impressa e no seu desenvolvimento é necessário primeiramente conhecer suas especificidades e sua intenção. Conforme Ali (2009), este veículo de comunicação apresenta algumas vantagens sobre os outros meios como a portabilidade, o fácil uso e a presença de grande número de informação por baixo custo.

À luz da teoria de Scalzo (2016), afirma-se que as revistas reúnem entretenimento, educação e serviço, aprofunda assuntos e tem caráter segmentado diferente dos jornais, que tem um estilo voltado para a política em grande medida. Para a autora, a revista pode ser definida de muitas maneiras, como um produto e uma marca, por exemplo, mas nenhuma delas explica completamente o seu envolvimento com os seus leitores. Nesse sentido, importa dizer que a proposta de uma revista para uma associação liga-se ao fato de que este formato se determina como um meio potencial capaz de focar um público específico e envolve-lo em seus interesses.

Além da relação com o leitor, conforme Ali (2009) a revista possui um caráter periódico, diferente de outros meios de comunicação diários, ou seja, suas edições são publicadas com um intervalo de tempo regular. De acordo com Scalzo (2016), podem ser semanais, quinzenais ou mensais, o que interfere nas produções dos jornalistas. Para Goulart (2006), a periodicidade permite uma apuração mais precisa, ouvir mais fontes, utilizar recursos gráficos e imagens a posteriori. Dessa forma, “a revista permite um jornalismo mais analítico, interpretativo, investigativo.” (GOULART, 2006).

Existem diferentes tipos de publicações que podem ser divididas em três grupos: revistas profissionais, revistas de consumo e revistas de empresas e organizações, de acordo com Ali (2009). A autora afirma que dentro das revistas de empresas e organizações, existem as revistas de associações que são desenvolvidas para a comunicação com membros de uma entidade.

As publicações, conforme Ali (2009), contribuem para o conhecimento e compreensão dos leitores sobre os fatos que afetam suas vidas e reforçam valores, assim, uma revista para uma associação colabora para o fortalecimento da identidade da instituição e para uma maior identificação dos membros com os seus assuntos e princípios. Sobre essa prática, Scalzo (2016), afirma que as revistas feitas para empresas e grupos têm sido uma forte tendência, embora estejam presentes no Brasil desde o século XIX.

Visto as características do formato e suas aplicabilidades, faz-se necessário compreender os caminhos para o desenvolvimento de uma revista, a começar pelo chamado Editorial.

3.1.1 Editorial

Segundo Ali (2009), o editorial é pensado para garantir a identidade do produto e dar direcionamento aos produtores do que conterà na revista. Além disso, Ali (2009), Scalzo (2016) e Villas Boas (1996) ressaltam que o planejamento editorial tem muita importância no objetivo de sustentar o interesse do leitor. “Para manter a sintonia e fortalecer o vínculo com o leitor, é preciso conhecê-lo e tê-lo em mente em cada decisão editorial. A estratégia editorial precisa ser checada regularmente com seus interesses, desejos e necessidades, e ser ajustada, se necessário.” (ALI, 2009, p. 32). A autora também afirma que o editorial possui três componentes: a missão, o título e a fórmula.

Para Scalzo (2016), uma boa revista possui um bom plano editorial, uma missão que guie o posicionamento em relação ao leitor. “Revista bem focada é aquela que tem sua missão clara e concisa, cujos jornalistas sabem exatamente para quem escrevem, e trabalham para atender às necessidades ditadas pelo público.” (SCALZO, 2016, p. 62).

A missão é o fio condutor, o que mantém o editorial nos trilhos, um guia ao longo da existência da publicação. É como uma bússola, que os navegadores consultam em busca de direção. Sem ela, o barco pode parar em terras estranhas ou bater nas pedras. Se os navegadores da redação não se guiarem pela missão, a revista pode se desviar do foco e se perder. (ALI, 2009, p. 47).

A partir das ideias de Ali (2009), para escrever a missão, que é o primeiro elemento do editorial, deve-se responder três coisas: qual o objetivo ou função, qual é o público leitor e qual o tipo e a forma do conteúdo que a revista terá. Para a autora, a partir da missão é possível então definir todo o resto, como a capa, logotipo, títulos, textos, fotos e projeto gráfico, por exemplo. Dessa maneira, compreende-se que o primeiro passo é a elaboração da missão, como fator essencial para o desenvolvimento do restante, pois ela esclarece a razão de ser da revista.

O segundo componente que configura o editorial é o título da revista. De acordo com Ali (2009), o título expressa o conceito, identidade e posicionamento da publicação e para ser considerado bom precisa apontar a que vem a revista, ser curto e diferente de outros já existentes. “Em alguns casos, é um nome querido pelos fundadores; em outros, um título de trabalho que se tornou definitivo.” (ALI, 2009, p. 54).

O último componente do editorial é a fórmula. A fórmula, de acordo com Ali (2009) é como se fosse a receita, a forma como a revista irá estruturar o conteúdo na aplicação da missão.

O que a fórmula define: 1. Número de páginas: o total delas, quantas para o editorial, quantas para os anúncios; 2. Número, conteúdo e tamanho de seções fixas, colunas e matérias; 3. Espelho: a distribuição das páginas editoriais e dos anúncios ao longo da edição. (ALI, 2009, p. 56).

Ainda sobre a estruturação dos conteúdos, Ali (2009) afirma que existem três grupos que dividem a revista normalmente: as seções fixas, as colunas e as matérias. Para determinar quais e quantas serão as seções fixas, a autora afirma ser um bom caminho verificar como outras revistas fazem e adaptá-las, além disso, ao definir as seções, deve-se descrever o que elas irão cobrir regularmente ou só as vezes. Já em relação às colunas, Ali (2009) aponta que essas são uma boa maneira de fortalecer a imagem editorial, uma vez que os leitores desejam conhecer a opinião de pessoas de referência em determinados assuntos. Assim, a autora afirma que é preciso definir a quantidade, quais os assuntos e quem serão os possíveis autores (colunistas).

O terceiro grupo que divide a revista, segundo Ali (2009), são as matérias. As matérias são a substância da revista e exigem do jornalista clareza e dedicação. “O termo “matéria” é usado genericamente para nomear tanto artigos, como reportagens, entrevistas, ensaios e até receitas de culinária.” (ALI, 2009, p. 59). Nesse sentido, Scalzo (2016) afirma que escrever para revista é diferente de escrever para jornal, televisão, livro e rádio, o texto precisa trazer um tempero a mais para, além de informar, fazer com que o leitor receba a informação de forma prazerosa. Na mesma linha de pensamento, Vilas Boas (1996) acrescenta que a revista trata o texto de forma mais literária que o jornal, além de usar recursos gráficos e ser mais artística.

À luz da teoria de Scalzo (2016), no jornalismo, especialmente o de revistas, é fundamental ao jornalista fazer uma apuração bem feita para a construção textual, a autora afirma que os textos mais elaborados não têm a ver só com estilo, que para fazer um bom jornalismo não basta escrever bem. Vilas Boas (1996, p. 25), “a revisão é também como uma ferramenta. E o segredo estará em revisar quantas vezes forem necessárias, até que seus objetivos tenham sido alcançados.”. O autor acrescenta que a fase final da produção do texto para revista é torná-lo mais leve, que significa retirar frases vazias, observações desnecessárias e muito longas. É possível verificar que as duas técnicas, apuração e revisão são essencialmente necessárias para obter melhores resultados na escrita dos textos.

Tendo em vista as particularidades de uma revista, nota-se sua eficácia como meio de comunicação segmentada. Ela informa, instrui e entretém, dá oportunidades de se aprofundar em assuntos de interesse do leitor, sendo ele o seu foco e razão de existir. Uma vez elaborado o Editorial, faz-se necessário, compreender as etapas de construção do design gráfico, que também corresponda às expectativas do público em questão.

3.2 DESIGN EDITORIAL

3.2.1 Design de Revista

Ao abordar o assunto de desenvolvimento de revista é necessário estruturar o modo como seu conteúdo deve ser apresentado graficamente para que seja atrativo e também para que dê ao leitor compreensão do tema lido. “O design em revista é comunicação, é informação, é arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler.” (SCALZO, 2016, p. 67).

O trabalho gráfico de uma publicação exige regras e etapas a serem seguidas. É necessário preocupar-se com as leis de legibilidade, edição de imagens, escolha de fotografias, uso das cores, tipografias, tudo isso construído com o olhar voltado para o público-alvo. Para Scalzo (2016), os designers, assim como os jornalistas, precisam estar preocupados com a maneira mais legível de apresentar uma boa história. Além disso, a autora afirma que, como há a necessidade de rever, a cada edição, os assuntos de uma revista, assim também acontece com o seu projeto gráfico.

Um dos meios para realizar a revisão dos conteúdos e do projeto gráfico é o serviço de atendimento ao leitor, ponto fundamental para as readequações e novos direcionamentos. “Para quem trabalha em uma publicação que depende muito da sintonia fina com seu público, esse contato é essencial. O serviço de atendimento ao leitor é um espaço de conversa privilegiado na relação entre o público e sua revista.” (SCALZO, 2016, p. 37).

É de saber que, periodicamente é fundamental repensar e elaborar a linguagem visual do produto realizando ajustes e mudanças de acordo com o feedback do leitor. Para a elaboração de um design gráfico de uma revista primeiramente buscaremos entender, no tópico seguinte, sobre a fase de estruturação das páginas – a diagramação.

3.2.2 Diagramação

Uma revista é composta por colunas, linhas, blocos de textos, imagens e demais componentes bem delimitados. Para alcançar uma comunicação onde a mensagem seja apresentada de forma clara e eficiente aos leitores é preciso ter uma organização acerca de todos estes elementos a qual recebe o nome de diagramação. “É função do designer arranjar harmonicamente tais componentes e seus elementos no espaço, estabelecendo uma hierarquia de valores e uma sequência lógica de leitura.” (FONSECA, 2008, p. 214).

À luz da teoria de Fonseca (2008), artista plástico e designer gráfico, diagramar é a forma de pensar a distribuição gráfica das matérias, sejam nas versões impressas ou digitais, de acordo com critérios jornalísticos e visuais. Além disso, o autor afirma que a diagramação tem por objetivo facilitar o processo de composição da página, dar um conceito visual unificado, o que possibilita economizar tempo, trabalho e custos.

Para organizar os elementos das páginas de revistas, impressas e digitais, é importante compreender que elas possuem características estruturais diferentes de outros formatos. De acordo com Fonseca (2008), a diagramação de revistas geralmente é mais informal que a de jornais, na maioria delas, há o predomínio dos elementos visuais, a partir do uso da cor além de permitirem ilustrações mais livres e em maior quantidade, fotografias maiores, grandes áreas de espaço branco e uma tipografia mais expressiva.

Entende-se que as revistas necessitam de maior dinamicidade e liberdade no processo de diagramação. “As revistas requerem uma grade estrutural flexível, que possibilita adaptações mais livres e criativas nas páginas.” (FONSECA, 2008, p. 223). Para alcançar tal flexibilidade e chegar a um bom resultado. Collaro (2006) afirma que um dos segredos é escapar da forma rígida com que as colunas se apresentam utilizando o recurso da variação de suas larguras.

O diagrama mais simples e o mais utilizado para revistas é o de três colunas, que proporciona um visual trivial mais eficiente, devido à largura que comporta [...]. O diagrama projetado para quatro colunas perde vantagem de sua largura comportar um volume menor de toques por linha, em contrapartida, proporciona a flexibilidade de ser usado como um diagrama de duas colunas, dando mais recursos de movimento ao diagramador. Um diagrama de cinco colunas tem o inconveniente das colunas estreitas requererem corpos pequenos para proporcionar uma legibilidade razoável por linha de texto. Porém, utilizando as colunas duas a duas para texto, obter-se-á um aspecto visual muito bom, podendo dinamizar a composição, ficando sempre uma coluna para ser utilizada como recurso de mobilidade, dando assim uma dinâmica maior à página. (COLLARO, 2006, p. 95).

Para que este procedimento da diagramação aconteça, portanto, é importante a utilização de um sistema de grades versátil.

3.2.3 Grid

Para se obter uma diagramação bem arquitetada, o grid é uma ferramenta essencial pois orienta o designer no posicionamento dos elementos na página. “Grid é uma malha que divide a tela em partes proporcionais e possibilita a distribuição do conteúdo de forma uniforme, proporcionando equilíbrio visual e estrutural.” (PACHECO, 2014).

Uma distribuição bem calculada dos componentes organiza a página e contribui para uma comunicação clara, podendo ressaltar informações. Conforme Samara (2007 apud MENDONÇA, 2012, p. 37) o principal objetivo do grid é auxiliar na compreensão da mensagem apresentada por meio de um sistema que divide as informações em partes mensuráveis, para que elementos parecidos sejam distribuídos de modos semelhantes e que diferenças ganhem destaque. Para Pacheco (2014) a relação dos componentes entre si, presente na linguagem visual comum criada em toda a página, torna mais fácil para os leitores scanarem conteúdo e desenvolver familiaridade com ele.

O uso de uma grade na diagramação beneficia também o trabalho do designer por tornar o processo mais ágil. Para Pacheco (2014), o profissional adiciona, altera e movimenta os elementos com mais velocidade e possui padrões que tornam seu trabalho uniforme. “Conferindo coerência ao design, o grid permite que o designer use seu tempo de maneira eficiente e que se concentre em atingir um projeto bem-sucedido.” (AMBROSE; HARRIS 2012, p. 26).

Contudo, é importante se atentar à algumas observações quanto ao uso do grid. De acordo com Pacheco (2014), o uso do grid não deve limitar a criatividade, pois ele é apenas um instrumento para melhorar o trabalho. Já Ambrose e Harris (2012) destacam que o emprego do grid de maneira irrestrita pode não ser aconselhável, que ele não é o único meio de direcionar o layout de uma revista. “Embora um grid possa orientar as decisões de layout, ele não pode ser considerado a única forma de orientação para essas decisões.” (AMBROSE; HARRIS 2012, p. 26).

O próximo passo importante para entender sobre o desenvolvimento do design de uma publicação é então, a função do Layout.

3.2.4 O uso do *layout*

O *layout* de uma obra é o esboço ou espelho que indica: fonte, corpo do texto utilizados, diagramação, cores e formatos da mesma. Além de retratar as medidas e relações específicas

utilizadas em um produto, a configuração de um leiaute tem a finalidade de atrair e comunicar ao leitor. “O design do layout se preocupa com a grade e com a criação de ordem, mas essas são 'ferramentas' a serem exploradas. Em essência, o design do layout é informar, divertir, orientar e cativar o público.” (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 10).

O *layout* representa toda a ideia, a forma ou composição de uma página e auxilia cada componente em suas funcionalidades. Para Ambrose e Harris (2012), o *layout* tem por mecanismo permitir que os elementos executem as tarefas para qual foram selecionados, as imagens, por exemplo, dependem da forma como são apresentadas ao destinatário para comunicar o desejado. Sendo assim, quando um produto possui uma coerência gráfica, onde ilustrações e textos se envolvam perfeitamente, o interesse e prazer pela leitura é despertado, conforme Ribeiro (2007 apud MENDONÇA, 2012, p. 39).

Logo, o *layout* tem por finalidade verificar e espelhar a harmonia de uma obra. “Na harmonia plena, predominam os fatores de equilíbrio, de ordem e de regularidade visual inscritos no objeto ou na composição, possibilitando, geralmente, uma leitura simples e clara.” (GOMES FILHO, 2008, p. 44).

Dessa forma, o uso do *layout* no desenvolvimento de uma revista contribui para a elaboração de um bom projeto gráfico.

3.3 PROJETO GRÁFICO

3.3.1 Cor

As cores possuem um papel significativo nos projetos gráficos e nas artes em geral. Carregadas de significados, elas são um dos primeiros componentes a atrair o olhar do leitor e comunicar algo. De acordo com Ambrose e Harris (2009), a nossa interpretação dos significados das cores depende de fatores culturais, tendências, idade e interesses individuais. Aqui se confirma, mais uma vez, a importância do conhecimento do público alvo, suas características próprias e as do contexto em que vive para um design assertivo.

Para Gomes Filho (2008), a cor é a parte mais emotiva do processo visual e favorece no enriquecimento da estética do produto podendo ser usada para destacar partes significativas do objeto. No design da indústria editorial, o autor afirma que o uso da cor se destaca, sobretudo, por separar e diferenciar com eficiência os itens gráficos como: manchetes, caixas, logotipos, gráficos, títulos entre outros elementos da página.

Todavia, a seleção de cor para um design precisa ser feita de maneira ponderada, respeitando a harmonia da obra. Conforme Cesar (2006 apud MENDONÇA, 2012, p. 42), a escolha da cor deve ser feita com muito cuidado para não interferir no equilíbrio da peça, caso ela sobressaia demais, pode acabar prejudicando o resultado final, uma vez que o projeto gráfico não é somente cor.

A escolha correta de um conjunto de cores específico depende também de como o design final será apresentado, se impresso ou digital. “Os dois sistemas cromáticos mais conhecidos e usados são RGB e CMYK. O RGB em geral é utilizado para publicações digitais e designs iniciais, enquanto o CMYK é usado para publicações impressas.” (AMBROSE, HARRIS 2009, p. 28).

A cor ainda pode ser aplicada para criar uma identidade, função que é muito utilizada em logotipos e editoriais de organizações. Para Ambrose e Harris (2009), ela é capaz de condicionar e projetar o modo como as pessoas enxergam uma marca, instituição, empresa ou seus produtos e trabalhos.

A cor também está presente nas fontes de uma revista, na chamada tipografia.

3.3.2 Tipografia

Os caracteres das matérias das revistas possuem um formato que se dá o nome de tipografia. Seu objetivo é dar estrutura, forma à comunicação escrita. Um texto, seja no impresso ou nas telas se apresenta por um tipo de fonte. “A tecnologia moderna da composição tipográfica pode reproduzir quase qualquer tamanho de caractere e suas variações de estilos a partir de uma única fonte digital.” (FONSECA, 2008, p. 125).

As fontes podem se apresentar de diversos modos e são classificadas em famílias. Conforme Fonseca (2008), uma família de tipos apresenta as mesmas características fundamentais no desenho, podendo variar na inclinação dos traços, largura e peso das letras. O conhecimento dessas classificações e das diferenças de estilos é importante para que o designer faça uma escolha tipográfica adequada ao projeto.

Mesmo que os programas sejam manejados com mestria, o design e a composição de tipos requerem um olho artístico e conhecimento do assunto. Quando se olha para um anúncio projetado e produzido profissionalmente, ele é claro e fácil de ser lido, além de atraente para o observador – tudo isso sem ser agressivo. (FONSECA, 2008, p. 114).

Segundo Samara (2009 apud TABAK, 2014, p. 39), “a escolha da fonte determina uma voz para o conteúdo, que o coloca de maneira específica mediante significados que o leitor pode associar à própria fonte.”. Quanto ao uso ou não de fontes serifadas, por exemplo, Fonseca (2008) afirma que a leitura pelas telas é mais fácil com letras sem serifa por apresentar melhor legibilidade na web, o que motivou a criação de algumas fontes com esse propósito como a Arial e a Verdana, tipos sem serifa.

Outro aspecto importante a ser considerado, de acordo com Tabak (2014) é que o uso em excesso de tipos de fontes em uma obra pode comprometer a legibilidade. “Como regra geral (que pode, naturalmente, ser violada no contexto certo), o uso de duas famílias tipográficas em um projeto é o suficiente para fins de variedade visual.” (TABAK, 2014, p. 40).

No caso das revistas, o uso da tipografia, relacionada às fotografias e ilustrações, é especialmente significativo. Conforme Samara (2009 apud TABAK, 2014, p. 40), o título de uma revista se torna uma imagem importante por ser claramente informativo, capaz de oferecer a simbologia do conteúdo e relacionar à marca.

Sabe-se, portanto, que relacionar a tipografia com fotografias e ilustrações contribui com o projeto gráfico na função de informar.

3.3.3 Fotografia

A fotografia é essencial em um projeto gráfico para chamar a atenção do leitor. Em revistas, principalmente, é a primeira coisa a comunicar e provocar reações emocionais nas pessoas. Por isso, devem ser muito bem pensadas e escolhidas para compor a obra, contribuindo tanto na estética como na intencionalidade da informação.

A partir das ideias de Scalzo (2016), a revista e a fotografia parecem ter nascido uma para a outra, desde que a primeira revista ilustrada foi lançada, elas sempre caminharam juntas.

As revistas ilustradas foram o meio de comunicação que mais colaborou para o crescimento e o desenvolvimento da fotografia profissional ao longo do século passado. Afinal, ao mesmo tempo em que davam espaço a todos os tipos de fotografia, essas publicações acabaram por criar uma espécie de comportamento profissional padrão no que se refere à encomenda de imagens feitas por fotógrafos profissionais. (SCOTT, 2017, p. 21).

É fundamental ter boas fotos em mãos que excitam, surpreendam, informem e ajudem na compreensão da matéria conforme Scalzo (2016). A autora afirma que para obter resultados as fotos precisam ser bem posicionadas na página, como em lugares de maior visibilidade.

Ainda sobre a disposição das fotografias nas publicações, White (2006), acrescenta que o tamanho da foto deve ser definido a partir da importância que ela merece. “Grande é igual a importante, pequeno é igual a sem importância. Procure ampliar as fotos o suficiente para que os detalhes apareçam com clareza, quando o propósito delas for informar.” (2006, apud MENDONÇA, 2012, p. 47).

As fotografias estabelecem uma comunicação não-verbal. São pensadas e produzidas em uma revista para complementar as matérias, dar um sentido social. “A justificativa para que uma boa fotografia seja considerada boa pode ser evidenciada na intenção e na composição dessa foto.” (WEBB, 2014, p. 10).

O conhecimento de técnicas fotográficas, como posicionamento de câmera, planos e enquadramentos dão maiores resultados na intenção de comunicar o desejado. “O poder de comunicação de uma imagem pode mudar drasticamente com um pequeno ajuste de posicionamento, distância ou ângulo.” (WEBB, 2014, p. 12).

Conforme Scalzo (2016), o Fotojornalismo é um gênero da área em que a fotografia é primordial na veiculação de notícias. A autora afirma que nas revistas encontra-se muito este modelo, mas que também é muito presente nos projetos gráficos as “fotos produzidas”, que necessitam além do fotógrafo, da participação de uma equipe.

Fistarol (2012) complementa afirmando que a o gênero fotografia social tem o papel de chamar a atenção do leitor para a matéria antes de ser lida, como as fotografias de política e fotografias gerais como: cidade, parques e outros ambientes, enquanto o gênero fotografia cultural pode ser elaborada, sendo apropriada para grandes reportagens e é chamada também de fotografia de divulgação e lazer. Para os outros gêneros de fotojornalismo: fotografia de esportes e reportagem fotográfica, Fistarol (2012, p. 106) aponta que a fotografia de esportes “a questão estética é mais importante que a própria informação” e a reportagem fotográfica “é um acontecimento dinâmico no qual o fotojornalista tem que extrair uma imagem que expresse o momento visual exato, vital de um evento” (Fistarol, 2012, p. 107).

Indispensável é o uso da fotografia nos projetos gráficos para atrair, emocionar, levar ao leitor um recorte da realidade abordada, comunicando memórias e fatos. Elas geralmente estão presentes nas capas, nas reportagens e também em um recurso muito utilizado nas revistas: a infografia.

3.3.4 Infografia

O uso de dados no jornalismo facilita a compreensão dos assuntos nas matérias, principalmente em revistas. Para apresentá-los, utiliza-se, muitas vezes, do recurso da infografia. “É uma maneira de fornecer informação ao leitor, utilizando um conjunto de gráficos, tabelas, desenhos, fotos, legendas, ilustrações, mapas, maquetes. Contudo, nunca a use como mero enfeite. Ela pode ser bela, mas é, acima de tudo, informação visual.” (SCALZO, 2016, p. 74).

Os infográficos são utilizados onde a informação precisa de uma explicação criativa como em mapas, jornalismo, educativos ou científicos, podendo misturar desenhos, fotografias e textos, conforme Mendonça (2012).

Entende-se que infográficos precisam de uma elaboração criativa e funcional, de forma que a informação se apresente também, com clareza. Por isso, é importante simplificar um infográfico, eliminando os excessos decorativos.

3.3.5 Ilustração

A ilustração é um forte meio de comunicação e muito presente nos editoriais. No período pré-histórico, anterior ao surgimento da escrita, o homem já se comunicava por desenhos. “Antes da era da fotografia, a realidade era retratada com pigmentos de cores e traços de lápis. Mesmo após o aparecimento da fotografia, a ilustração não perdeu seu lugar e seu charme.”, conforme Newton Cesar (2006 apud MENDONÇA, 2012, p. 47).

A ilustração serve de apoio ao texto, sintetiza o assunto e facilita a compreensão. “Boas ilustrações, por outro lado, incentivam o espectador a pensar, a tirar mais do texto do que a mensagem que salta à vista e a alcançar uma compreensão maior e mais profunda do assunto.” (ZEEGEN, 2009, p. 22).

Sabe-se que os elementos de arte como a ilustração, infografia e fotografia, presentes no projeto gráfico são os que levam a mensagem de maneira mais rápida ao leitor, prendendo a atenção para depois levá-lo ao texto. Da mesma forma, para desenvolver cada um deles, deve-se manter o foco nas necessidades do público-alvo.

3.3.6 Capa

Difícilmente uma pessoa mergulharia no conteúdo de uma revista se a capa não a fizesse um convite provocativo. “A capa precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor.” (SCALZO, 2016, p. 62).

Para Pluvinage (2012), uma boa capa, de boa legibilidade, usa do contraste entre seu fundo e o texto das chamadas além de guiar o olhar do leitor para as informações por ordem de importância.

Procure estabelecer uma certa hierarquia na sua capa, ou seja, o olhar do leitor deve ser atraído para o elemento principal (geralmente a foto ou ilustração). Depois, esse olhar deve ser dirigido sutilmente para os elementos secundários (como a manchete que explica a foto/ilustração principal) e, por fim, o leitor deve olhar os elementos terciários (as chamadas para outros temas e assuntos). (PLUVINAGE, 2012, p. 175).

Uma boa imagem para a capa é sempre importante pois como já visto, será o primeiro componente a prender a atenção do leitor. Conforme Scalzo (2012), uma foto ou ilustração não pode atrapalhar a legibilidade das chamadas. A autora afirma que outro componente fundamental para a capa é a logotipo da revista, pois essa marca sua identidade para o leitor. “É importante observar que, como o logotipo, a capa deve ter sua “marca registrada” para todas as edições, possuir uma personalidade visual bem construída.” (SCALZO, 2012, p. 64).

Diante dos tópicos abordados até aqui, pode-se dizer que uma revista impressa vem atender, conforme Scalzo (2016), funções mais complexas que simplesmente noticiar, ou seja, levar novas experiências de leitura ao informar, entreter, apresentar dicas e reflexões, por exemplo, de maneira leve e atrativa para o público. Da mesma forma, para o desenvolvimento do produto a elaboração de um bom design editorial é fundamental a fim de transmitir o desejado, isto é, permitir que os elementos visuais e textuais executem as tarefas para qual foram selecionados como afirma Ambrose (2012).

Após pensar o que é uma revista, sua relevância como veículo de comunicação e etapas de construção entende-se que o público específico do produto proposto neste trabalho deva ser analisado em profundidade.

3.4 ASSOCIAÇÃO GUIAS E ESCOTEIROS CATÓLICOS DO BRASIL

A Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR), é um movimento de educação por meio do método escoteiro, sob os fundamentos cristãos, fundada recentemente no país de acordo com AGEBR (2019). De modo a aprofundar no conhecimento da associação é importante primeiramente compreender a história do movimento escoteiro.

Robert Stephenson Smyth Baden-Powell, carinhosamente conhecido também pelo acrônimo B-P, fundador do movimento escoteiro, nasceu dia 22 de fevereiro de 1857 em Londres, na Inglaterra, conforme site oficial Exploradores do Brasil (2020). No site consta que em 1876, B-P iniciou na carreira militar, ainda jovem e teve seu destaque na guerra do transval, na África e logo se tornou notável no serviço. A partir da experiência nessa guerra a ideia do escotismo foi sendo desenvolvida pelo militar que observou a habilidade dos adolescentes que ajudaram no combate como mensageiros.

Nesta ocasião, B-P percebeu como os meninos são úteis e quão seriamente eles assumiram as responsabilidades que lhes foram confiadas. Ele observou que “a missão de um homem pode ser confiada a um adolescente”. “Os cadetes de Mafeking”, nome dado ao pelotão de adolescentes, contribuíram muito para a vitória. (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

Após esse acontecimento, B-P resolveu então criar um novo método de educação, que foi testado na prática em 1907, quando realizou o primeiro acampamento escoteiro com um grupo de vinte rapazes, conforme Exploradores do Brasil (2020). “Este acampamento aconteceu na ilha de Brownsea, ao sul da foz do rio Tâmsa. Os participantes eram meninos vindos de várias classes sociais.” (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

Para Baden-Powell (1908), o propósito do escotismo não é somente formar escoteiros eficientes e hábeis por diversão, mas sobretudo ensinar o jovem a se colocar sempre pronto para ajudar seu país e prestar serviço a quem precisa. Em sua obra *Scouting For Boys* (1908), relata sobre o papel que os adolescentes desempenharam na guerra do Transval, na África, e dirige-se aos escoteiros da seguinte forma: “Não é necessário que haja uma guerra para que você seja útil como escoteiro. Como um escoteiro da paz há muito a fazer, todos os dias, não importa onde se esteja.” (BADEN-POWELL, 1908, p. 17).

Nota-se, que as experiências e a personalidade de B-P suscitaram o método educacional conhecido atualmente como escotismo. Este método possui quatro objetivos a serem trabalhados com os mais jovens.

1. O caráter e a inteligência, isto é, a virilidade e o sentimento de responsabilidade individual.
2. A habilidade manual, isto é, uma habilidade e um espírito inventivo pessoais.
3. O hábito de servir ao próximo, isto é, a cooperação e a boa vontade coletiva.
4. A saúde e o vigor físico, isto é, a energia individual, a resistência a alegria de viver.

O método consiste em obter do jovem que ele desenvolva essas qualidades por si próprio, em virtude de um incentivo pessoal interior e não por um ensinamento exterior imposto. As

atividades se apresentam de várias formas: exercício ao ar livre, jogos de conjunto, vida nos campos, etc (BADEN-POWELL, 1922, p. 6).

Inicialmente, a proposta do escotismo foi pensada para rapazes, mas com a consolidação do movimento, B-P percebeu que o método poderia ser adaptado também para as moças. Em 1910, B-P juntamente com a sua irmã Agnes Baden-Powell, inicia as *Girls Guides*, as Guias, que consistia na adaptação do escotismo para moças que posteriormente foi dirigida por Lady Olave Baden-Powell, esposa de B-P, conforme Exploradores do Brasil (2020).

A proposta educacional de B-P foi consolidando-se e chegou a muitos países em curto espaço de tempo. Em 1912, ele viajou ao mundo para contatar escoteiros de outros países, passo que fez do movimento uma fraternidade mundial.

O movimento esparramou-se rapidamente, como um “incêndio florestal”, e B-P era cada vez mais exigido pelos meninos e pelas meninas. Ele deixou o Exército em 1910. Em 1920, ele se tornou o «Chefe Explorador Mundial» ou «Chefe Escoteiro Mundial» e começa a viajar incessantemente, a fim de consolidar o movimento (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

Iniciativas parecidas não tardaram a chegar ao Brasil. O escotismo chegou ao país trazido por oficiais da Marinha em 1909, e em 1910 foi fundado o primeiro centro “Boys Scouts do Brasil” oficialmente em 14 de junho, no Rio de Janeiro, conforme Exploradores do Brasil (2020). O número de grupos foi crescendo consideravelmente no país conforme Exploradores do Brasil (2020).

O método fundado, há mais de cem anos, é ainda muito praticado por associações no Brasil e no mundo, dentre elas, há as que exercem um escotismo confessional católico, que teve sua prática consolidada nos inícios de sua fundação, na década de 1910, em três países: Itália, França e Bélgica.

[...] o escotismo logo começou a ser desenvolvido, oficialmente, de modo confessional, por iniciativa de um sacerdote e dois leigos: padre Jacques Sevin (francês), o professor Jean Corbisier (belga) e o conde Mario di Carpegna (italiano). Em seus respectivos países, eles promoveram as primeiras associações católicas do Movimento: “Escoteiros da França”, “Escoteiros Belgas de Baden-Powell” e “Associação Scautistica Cattolica Italiana” (ASCI). Por meio de seu compromisso, também nasceu o “Escritório Internacional de Escoteiros Católicos”, para ser um ponto de referência para todos os escoteiros católicos (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

Padre Jacques Sevin, encontrou no movimento escoteiro um caminho para viver mais perfeitamente a fé cristã e Baden-Powell, reconheceu a adaptação que o sacerdote fez no método como a melhor realização de suas ideias, de acordo com Exploradores do Brasil (2020).

Conforme Ecclesia (2020), em 11 de maio de 2012, o papa emérito Bento XVI aprovou o decreto que reconheceu as ‘virtudes heróicas’ do padre francês, uma das etapas do processo de beatificação de um fiel católico. Ele é hoje venerado por fiéis da Igreja, modelo de santidade para os escoteiros católicos.

Décadas após a criação do escotismo confessional católico, outros educadores jovens tiveram a iniciativa de retornar às propostas exercidas pelos fundadores, conforme Exploradores do Brasil (2020). Essa ação inaugurou uma Federação na Europa que pratica até os dias atuais o método de Baden-Powell apoiada nos princípios cristãos.

Em 01 de novembro de 1956, em Colônia, na Alemanha, cerca de trinta alemães e franceses se reuniram; eles eram católicos, protestantes e ortodoxos. O encontro deu origem à “Federação do Escotismo Europeu”. Após três dias de reunião, eles concordaram com um documento em dez artigos, ou seja, o Estatuto Federal. O primeiro artigo diz: “A Federação do Escotismo Europeu é fundada. É uma associação internacional de escotismo, composta por seções nacionais. Seu objetivo é praticar o método Escoteiro de Baden-Powell, dentro do quadro europeu e nas bases cristãs incluídas na ideia de uma Europa unida” (UIGSE-FSE, 2020, **tradução nossa**).

A associação internacional fundada, União Internacional de Guias e Escuteiros da Europa - Federação do Escotismo Europeu (UIGSE-FSE), tem padre Jacques Sevin como inspiração e sua finalidade é praticar o método de Baden-Powell nas bases cristãs, conforme Exploradores do Brasil (2020).

Após entendimento da história que antecede a fundação da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR), tanto da criação do escotismo como do surgimento da prática confessional católica, é possível adentrar no contexto de formação e atuação da AGEBR no país. Conforme Exploradores do Brasil (2020), a AGEBR, movimento escoteiro católico brasileiro, foi organizada inicialmente por escoteiros do Rio Grande do Sul em 2012, e propõe a prática de um escotismo católico seguindo o programa educativo da UIGSE-FSE, que é de direito pontifício.

Em 2012 é organizada, então, a Associação Guias e Exploradores do Brasil – AGEBR, que adota a pedagogia da UIGSE-FSE, os mesmos uniformes, mesma pedagogia, o mesmo cerimonial e os mesmos textos fundamentais. A

AGEBR teve seu início no Rio Grande do Sul, mas logo a sua proposta se espalhou por vários Estados. (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

O registro oficial da AGEBR se deu em 13 de maio de 2019 e a sede está localizada na cidade de Cachoeira Paulista - SP, de acordo com os estatutos da AGEBR (2019). Ela visa em sua pedagogia promover a responsabilização real dos jovens, como consiste no método escoteiro, de modo a ajudar cada um a desempenhar um papel útil na sociedade, conforme AGEBR e UIGSE-FSE (2020).

Como um movimento cristão católico, enxerga a prática escoteira como forma de viver melhor a fé. “O método escoteiro não é um adendo à fé católica, e sim um modo para mais perfeitamente professá-la.” (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020). De acordo com UIGSE-FSE (2020), é um meio de educação complementar à família e feito de jovens para jovens.

3.4.1 Método e Pedagogia

No método criado por Baden-Powell, os jovens são levados a viver experiências integralmente no campo, ao ar livre. É na natureza, por meio de atividades exploratórias, campings, preparo da própria comida, dos jogos, que suas habilidades vão sendo despertadas e o caráter sendo formado. “[...] tudo isso traz saúde e felicidade, num grau que nunca se consegue obter entre os tijolos e a fumaça da cidade.” (BADEN-POWELL, 1908, p. 18).

Uma vez que o ambiente propício para a prática escoteira é a natureza, torna-se necessário que as crianças aprendam, essencialmente, como montar um acampamento e criar condições para que possam alojar ali por alguns dias. Inicia-se dessa forma, uma realidade muito importante na formação pessoal orientada pelo método: aprender fazendo, conforme Exploradores do Brasil (2020).

Delimitar um espaço no campo, armar barracas, suspender uma cobertura, construir mesas, preparar e acender fogo para se alimentar e aquecer são exemplos de práticas em um acampamento, de acordo com Baden-Powell (1908). A vida ao ar livre desafia e permite que a criança assuma seu posto frente às necessidades, e quando lhe é dada tal oportunidade com segurança, essa experiência é para ela uma grande aventura. Tudo isso, realiza-se a partir da autonomia e responsabilidade, de acordo com AGEBR e UIGSE-FSE (2020).

O ramo da faixa etária dos 12 aos 17 anos organiza-se em pequenos grupos chamados patrulhas, compostos de 6 a 8 jovens, o qual realiza-se o “Sistema de Patrulhas” conforme AGEBR-FSE Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (2018). Neste sistema, jovem

ensina jovem e cada um possui responsabilidades para o bom funcionamento do grupo. “Através do Sistema de Patrulhas os escoteiros aprendem que têm uma considerável participação em tudo que a sua Tropa faz.” (BADEN-POWELL, 1908, p. 32).

O método escoteiro possui também Lei e Promessa como códigos de conduta para seus membros. Na AGEBR a Promessa é realizada em uma cerimônia simples no campo, com a presença de um sacerdote para dar a bênção. “Por minha honra, e com a graça de Deus, eu prometo: Fazer o meu melhor para servir a Deus, a Igreja e o meu país; Auxiliar o próximo em todas as circunstâncias; Observar a Lei do Explorador (da Guia).” (AGEBR, 2019, p. 1).

A Lei possui dez artigos que norteiam a vida dos escoteiros. “A lei não proíbe nada, somente afirma valores, enuncia propostas positivas. Mais que uma regra de jogo é uma verdadeira “regra de vida”, que define o ideal e o estilo dos escoteiros.” (UIGSE-FSE, 2020).

1. A honra do Explorador é ser merecedor de confiança.
 2. O Explorador é leal ao seu país, seus pais, chefes e subordinados.
 3. O Explorador é feito para servir e salvar o seu próximo.
 4. O Explorador é amigo de todos e irmãos dos demais exploradores.
 5. O Explorador é cortês e cavalheiresco.
 6. O Explorador vê na natureza a obra de Deus: ele ama os animais e as plantas.
 7. O Explorador obedece sem replicar e não faz nada pela metade.
 8. O Explorador é senhor de si: ele sorri e canta nas dificuldades.
 9. O Explorador é econômico e respeita a propriedade dos outros.
 10. O Explorador é limpo de pensamento, palavra e ação.
- (AGEBR, 2019, p. 1).

1. A honra da Guia é ser merecedora de confiança.
 2. A Guia é leal ao seu país, seus pais, chefes e subordinados.
 3. A Guia é feita para servir e salvar o seu próximo.
 4. A Guia é amiga de todos e irmã das demais guias.
 5. A Guia é cortês e generosa.
 6. A Guia vê na natureza a obra de Deus: ela ama os animais e as plantas.
 7. A Guia obedece sem replicar e não faz nada pela metade.
 8. A Guia é mestra de si: ela sorri e canta nas dificuldades.
 9. A Guia é econômica e respeita a propriedade dos outros.
 10. A Guia é limpa de pensamento, palavra e ação.
- (AGEBR, 2019, p. 1).

A pedagogia adotada pela AGEBR se desenvolve orientada por 15 elementos distribuídos em 5 Fins, 5 Motores e 5 Dimensões, como afirma Exploradores do Brasil (2020). Os Fins do movimento são o Serviço, Sentido do Concreto, Desenvolvimento do Caráter, Saúde Física e Sentido de Deus. “Baden-Powell disse: “Nosso método tem quatro objetivos: treinamento de caráter, senso prático, saúde e força e serviço aos outros”. Os fundadores do

escotismo católico enfatizaram um quinto objetivo: O sentido de Deus.” (EXPLORADORES DO BRASIL, 2020).

Os motores visam o pleno desenvolvimento da personalidade. São eles: O Interesse (despertado por meio de atividades atrativas); A Ação (por meio dos jogos e da aventura); Responsabilidade (onde se revela habilidades); Sistema de Patrulha (cada um tem um papel); Corte de Honra e Conselhos (reuniões para decisões importantes). As dimensões objetivam desempenhar o papel complementar à família e à escola na formação das crianças. São elas: Patrulha; Lei; Natureza; Civismo; Compromisso, conforme Exploradores do Brasil (2020).

Assim sendo, os assuntos da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR), informações, princípios, método e pedagogia apresentam-se como matéria a ser trabalhada na revista com o propósito de comunicar, interagir, formar e reforçar valores para o público-alvo por meio de uma revista impressa.

1. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A Revista impressa, *Estote Parati* tem por missão informar e instruir sobre assuntos gerais da Associação Guias e Escoteiros Católico do Brasil. O conteúdo editorial deve ser conduzido pelos conceitos-chave: promover a formação dos membros quanto ao método e pedagogia, aproximar os grupos de diferentes regiões do país e ser canal de apresentação do movimento escoteiro católico.

O título da revista *Estote Parati* é uma expressão do latim que significa: “Esteja Pronto”, lema dos escoteiros e guias do Brasil do Movimento Escoteiro Católico Brasileiro. O sentido do termo serve tanto pelo proposto por Baden-Powell, fundador do movimento escoteiro, de estar sempre pronto a servir em qualquer situação, quanto ao que é atribuído por associações de escotismo católicas, como consta em um artigo da revista “Contact” sobre a primeira associação católica fundada na Itália em 1916, liderada por Conde Mario di Carpegna, que o termo *Estote Parati* está também de acordo com a mensagem evangélica extraída de Lucas 12,40: “Vós também ficai preparados! Pois na hora em que menos pensais, virá o Filho do Homem”. Outras associações que não são confessionais tendem a preferir a tradução para a língua local, no Brasil outras associações escoteiras utilizam a expressão “Sempre Alerta”. A pronúncia *Estote Parati* é utilizada por todas as associações pertencentes à Federação do Escotismo Europeu, a qual a AGEBR afiliou-se.

A revista possui 5 (cinco) seções fixas, 1 (uma) coluna e 3 (três) editorias em 36 (trinta e seis) páginas. Desenvolvida para um público jovem/adulto com foco em membros da AGEBR, é uma revista de associação que propõe publicação com periodicidade trimestral. No tamanho 20cm x 28cm, será impressa com capa em papel Couché brilho 150g e miolo Couché fosco 115g. O design gráfico foi baseado nas referências da identidade visual que a associação já possui e quanto às cores utilizadas optou-se por tons mais sóbrios. A proposta desta primeira edição é apresentar a AGEBR, trazer seu contexto enquanto uma associação recém-fundada no país, para seu público-alvo, mas também abordar pontos importantes da pedagogia e método com dicas, histórias, participações e reflexões em seu conteúdo editorial.

5. DESCRIÇÃO PROCESSO DE CRIAÇÃO

Ao pensar na realidade de recém fundação da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil, que propõe um escotismo confessional católico como ainda não existia no país, este trabalho quis colaborar com algo que pudesse contribuir na divulgação e no conhecimento de seus assuntos tanto para seus membros como para o público católico que não a conhece. A escolha do tema se baseou pela afinidade com o assunto, por ser integrante da AGEBR desde o período de sua fundação e implementação.

A partir disso, surgiu a ideia de propor um plano de comunicação para a associação, aprofundando o estudo nas técnicas da área do Jornalismo Empresarial. Mas, como a associação já apresenta meios de comunicação como *Site*, *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, com propostas já em desenvolvimento, idealizou-se um produto inovador de fluxo de informação seriada que pudesse tratar de seus assuntos de maneira mais aprofundada e atrativa. Após pesquisas e colóquios com alguns professores, decidiu-se, então, criar uma revista para a AGEBR na versão web.

O desenvolvimento do projeto iniciou em junho com pesquisas bibliográficas e documentais para a fundamentação teórica. Consultou-se vários modelos de publicações com destaque para edições do boletim “*Contact*” da União Internacional de Guias e Escoteiros da Europa – Federação do Escotismo Europeu (UIGSE-FSE) para obter noções de conteúdo e revistas como a “Consumidor Moderno” da empresa grupo padrão.

No mês de julho teve início a definição dos conteúdos da revista e, nesta etapa, foi feito contato com o responsável pela comunicação da AGEBR, membro da associação, que ajudou a pensar em possíveis pautas a serem trabalhadas. Além disso, foi elaborado um formulário para aplicar com o público-alvo (chefes escoteiros), a fim de conhecer melhor seus desejos e necessidades para a construção da linha editorial da revista.

A proposta, a princípio, era desenvolver uma revista para a web, mas, após examinar referências sobre a revista em meio digital como havia pensado, chegou-se a conclusão de que a versão impressa também daria a opção de ser disponibilizada em PDF no meio digital. Foi então solicitado posteriormente ao mês de setembro, a mudança do produto para a versão impressa, obtendo permissão.

O desenvolvimento do produto iniciou em setembro, após alteração do formato para a versão impressa. Nesta etapa iniciou-se a criação da linha editorial: missão, título e fórmula da revista, que foi concluída após verificação das respostas do formulário realizado com os chefes

da associação. Obteve-se respostas de 25 chefes das diferentes regiões onde existem grupos no país. Segue abaixo a fórmula criada para a revista, suas editorias e seções com as páginas e descrição de cada uma:

Página	Editoria/Seção	Descrição
1	Capa	
2	Anúncio	O anúncio presente é de uma loja de confecção de uniformes, artigos de cutelaria e materiais de camping, a qual produz os uniformes da AGEBR situada na cidade de Taubaté (SP).
3	Editorial	
4 e 5	Sumário/Expediente	
6,7,8,9,10 e 11	Editoria História	Propõe trazer fatos históricos do movimento e da própria AGEBR para seus leitores. A matéria principal desta edição vem apresentar a AGEBR.
12	Seção Memória	Essa seção foi pensada para trazer a cada edição uma fotografia que faça memória de momentos importantes do movimento com uma breve descrição. Para esta edição escolheu-se o tema do centenário do escotismo católico.
13, 14, 15, 16, 17 e 18	Editoria História	Essa edição propôs ainda nesta editoria destacar um evento importante vivido por alguns membros em 2019: a experiência do Euromoot.
19	Seção Canção	Seção pensada para trazer cânticos próprios do movimento. Esta edição traz a canção da promessa escoteira.
20, 21, 22, 23 e 24	Editoria Entrevista	Trazer pessoas que são referências em assuntos do método e da pedagogia. A

		edição traz um sacerdote para falar do seu papel no movimento.
25	Coluna	Artigo escrito pelo Conselheiro Religioso Nacional da AGEBR sobre a reflexão de um dos artigos da lei escoteira, com o título: “Gostamos de coisas difíceis”.
26	Seção Abre Aspas	Trazer citações de figuras importantes do movimento e da Igreja. Nesta edição destacou-se uma frase do sacerdote francês Pe. Jacques S.
27, 28 e 29	Seção Acampamento	Uma seção para trazer dicas práticas de campo, como pioneirias e receitas. A edição traz uma dica de comida mateira: “arroz no bambu”.
30, 31, 32, 33, 34 e 35	Editoria Notícias	Por fim, uma editoria para atualizar sobre as atividades da associação. Na edição uma matéria sobre a AGEBR durante contexto de pandemia.
36	Contra-capas	Informações/Contatos

Ainda em setembro foram feitos orçamentos de revisão textual e diagramação da revista. Buscou-se modelos de revistas impressas como a “Azimuth” da Associação Italiana da Federação do Escotismo Europeu e a revista “Pesquisa” da FAPESP, para obter ideias de diagramação. Somado a isso, neste mês, pensou-se na distribuição dos conteúdos pelo número de páginas estipulado a princípio (32 páginas) e fez-se um espelho da revista.

Reuniu-se revistas para fazer recortes de tipografia, cores, ilustrações e foram selecionadas imagens dos documentos da associação para elaborar o painel semântico que norteou a composição da identidade visual da revista. Além disso, foi desenhado um boneco da revista em papel. Em setembro também foram feitas as pautas de acordo com as editorias e seções definidas pela linha editorial e realizada a primeira entrevista que resultou na produção da matéria de entrevista ping-pong.

Com uma matéria pronta e relatório adiantado até o momento da produção, o material foi apresentado em uma pré-banca no dia 16/10, na qual o professor mestre Darwin Rodrigues Mota analisou o andamento do trabalho junto ao conteúdo e orientou quanto a melhorias que poderiam ser realizadas.

Continuou-se em outubro as entrevistas, produções e correções das matérias e seções definidas na linha editorial da revista. No dia 25/10, com a ajuda de um membro da associação, foram realizadas as fotos para a produção de uma das seções da revista: a seção acampamento. Para isso, foi necessário a ida a um campo para a realização da receita mateira proposta nesta seção o “arroz no bambu” fotografando cada etapa do modo de preparo.

Em novembro deu-se continuidade na escrita do relatório, produção das matérias e início dos envios do material já pronto para o diagramador. Em um arquivo feito à parte, colocou-se todas as informações pensadas para o projeto gráfico da revista durante o processo, como painel semântico, desenho das páginas, cores, ideia para logotipo e fotos de referências das publicações já citadas anteriormente. Na metade do mês, o diagramador enviou um modelo de projeto gráfico para aprovação.

Na semana em que o relatório seria finalizado e a revista diagramada e corrigida para entrega para a banca, a produção foi interrompida por questões pessoais da autora. Por motivos de força maior, o prazo de entrega e apresentação do presente trabalho se estendeu até o mês de janeiro de 2021.

No dia 4/01, foi entregue ao diagramador todo o conteúdo da revista. A devolução do produto diagramado, a finalização do relatório e correções ocorreram entre os dias 13/01 e 19/01. Por fim, com relatório e produto revisados e corrigidos, foram ambos encaminhados para a banca no dia 19/01 aguardando a marcação da data para a defesa do trabalho, a ser realizada de modo online.

6. SINÓPSE

Uma revista impressa para a Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR) que pretende levar ao seu público uma experiência nova de informação sobre seus assuntos. Poder por meio de uma publicação conhecer mais sobre o escotismo católico proposto pela associação brasileira - que foi admitida recentemente à Federação de Escotismo Europeu (FSE) - trará aos seus membros novas perspectivas quanto à aplicação do método e da pedagogia no Brasil. Ademais, promoverá o sentimento de pertença e a aproximação entre grupos pertencentes à AGEBR. Essa primeira edição de *Estote Parati*, vem apresentar essa associação àqueles que não a conhecem e, principalmente, levar o aprofundamento de seus integrantes quanto a informações históricas, de experiências, dicas e reflexões, que fortalecerão a identificação com a vida escoteira e suas caminhadas de fé.

7. ORÇAMENTO

Elementos de despesa	Unidade	Valor
Livros	4	R\$150,00
Design e diagramação	1	R\$600,00
Impressão da Revista Oficial	10	R\$366,80
Impressão relatório capa dura	1	R\$69,40
Revisão ortográfica produto e relatório técnico	1	R\$260,00
Fotografias	-	R\$00,00
TOTAL		R\$1446,20

8. PÚBLICO ALVO

Seu público leitor são membros da associação, escoteiros católicos, jovens e adultos, Igrejas cristãs e Igreja Católica Apostólica Romana.

9. VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO

Este produto viabiliza a publicação na versão impressa pela própria Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR) ao seu público. Outra possibilidade é a publicação no site oficial da AGEBR, disponibilizando em meio digital no formato PDF de modo que os leitores possam baixar em seus próprios dispositivos e compartilhá-los em suas redes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revista é um meio de comunicação capaz de favorecer o conhecimento e a compreensão dos leitores sobre assuntos que lhes dizem respeito e de reforçar princípios, por isso, funciona como uma alternativa eficaz utilizada como estratégia de comunicação em empresas e organizações. Nesse sentido, a criação da Revista *Estote Parati* buscou auxiliar na comunicação da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil (AGEBR), constituindo-se como um veículo de informação inovador para a mesma de maneira a tratar de seus assuntos e valores que são do interesse e necessidade de seu público-alvo.

No decorrer da pesquisa pode-se compreender o processo de criação de uma revista impressa, salientando a eficiência deste formato em atender e envolver um público específico. Entendeu-se também que o caráter periódico da revista é um fator que contribui para um jornalismo mais pormenorizado e criativo com o auxílio de recursos gráficos. Contudo, para alcançar os resultados esperados pela sua funcionalidade, a revista precisa possuir uma estratégia editorial bem elaborada, capaz de sustentar o desejo dos seus leitores, necessitando ser averiguada regularmente.

Verificou-se que todas as pessoas envolvidas na elaboração de uma publicação necessitam estar afinadas quanto à missão da mesma, esforçando-se para conhecer muito bem seu leitor e tê-lo em mente a cada decisão. Tal afirmação se reforça em se tratando do profissional de designer responsável por executar todo o projeto gráfico da revista, pela necessidade de trabalhar em sintonia com o editor para não comprometer o resultado esperado, já que de um design editorial legível e atrativo depende a compreensão de todo tema lido pelo público.

Observou-se que a AGEBR possui amplos assuntos a serem abordados referentes ao método e pedagogia utilizados na formação de crianças e jovens. Embora seja uma associação recém fundada no Brasil, seu método e pedagogia existem há muitos anos e marcaram gerações com tal proposta educativa na Europa, por meio da União Internacional de Escotismo Europeu (UIGSE) a quem a AGEBR afiliou-se. Desta maneira, a relevância dessa associação como movimento de educação complementar à família no país se une à necessidade de meios informativos potencialmente adequados para tratar de seus assuntos e para sua promoção com o intuito de contribuir na formação dos membros e atingir mais pessoas em território nacional.

Acerca da produção da revista, encontrou-se dificuldades em selecionar assuntos a serem tratados, uma vez que viu-se muitas possibilidades e sugestões pelo público. Mas,

acredita-se que o intuito de apresentar a associação nesta primeira edição, mesmo àqueles que são membros, por meio da prevalência de pautas sobre história e pedagogia, tenha sido alcançado pelas matérias desenvolvidas. Presume-se ainda que a opção por seções fixas curtas entre as matérias possibilitou tornar a leitura da revista mais leve e dinâmica, ou seja, o leitor pode fazer pausas entre assuntos mais densos enquanto aprecia outros temas por meio de uma curiosidade histórica, uma canção, uma citação e/ou uma dica de campo.

Depois da análise final do produto, percebe-se que a presença de entrevistados membros da Federação de Escotismo Europeu (FSE), como conhecedores e praticantes da proposta adotada pela AGEBR, acrescentaria positivamente aos conteúdos desenvolvidos para a revista. Propõe-se assim, em futuras edições, a participação de membros do escotismo europeu de modo a enriquecer as informações e proporcionar melhores experiências aos leitores. Reforça-se ainda a importância de uma constante verificação da linha editorial, dos seus assuntos e design gráfico, a fim de readequar o produto sempre que necessário ao público.

O desenvolvimento deste projeto possibilitou acrescentar aos meios de comunicação da AGEBR um formato novo, possível de leitura digital e impressa, de maneira a abordar seus assuntos de modo diferente dos já existentes na associação. Bibliograficamente, este projeto baseou-se em conhecimentos sobre as características do formato de revista e seu modo de construção, apresentando-se ao final como uma nova estratégia de comunicação que vem contribuir na formação dos membros e fortalecer a missão da AGEBR como um movimento de escotismo católico no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Camila; SANTOS, Maria. **Em Branco: Projeto Editorial para Revista Digital com a Temática de Design Gráfico**. 2014. 120 f. Monografia. Curso em Tecnologia em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014.
- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Basics Design Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Básico Cor**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AGEBR. ASSOCIAÇÃO GUIAS E ESCOTEIROS CATÓLICOS DO BRASIL. **Estatuto da Associação Guias e Escoteiros Católicos do Brasil**. 2019.
- _____. **Estatuto da Associação Guias e Exploradores do Brasil**. 2019.
- AGEBR-FSE. ASSOCIAÇÃO GUIAS E ESCOTEIROS CATÓLICOS DO BRASIL. **Projeto educativo Guias e Escoteiros da Europa e Associação Guias e Exploradores do Brasil**. 2018.
- AGEBR; UIGSE-FSE. **Projeto Educativo da AG&E e UIGSE-FSE**. Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/biblioteca/documentos/>>. Acesso em 25 jun. 2020.
- BADEN-POWELL. **Scouts For Boys**. Disponível em: <<https://www.pdfdrive.com/scouting-for-boys-e32331306.html>>. Acesso em: 19 jul. 2020.
- _____. **A educação pelo amor substituindo a educação pelo temor**. 3º Congresso Internacional de Educação Moral, Genebra: Suíça, 1923.
- COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2006.
- EXPLORADORES DO BRASIL. **A Pedagogia**. Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/quem-somos/a-pedagogia/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.
- _____. **Fundadores - Baden-Powell**. Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/fundadores/baden-powell/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.
- _____. **Fundadores - Pe. Jacques Sevin**. Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/fundadores/escoteirismo-catolico/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.
- _____. **História**. Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/quem-somos/historia/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.

_____. **Quem Somos.** Disponível em: <<http://exploradoresdobrasil.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.

FONSECA, Joaquim. **Tipografia e Design Gráfico - design e produção gráfica de impressos e livros.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto - Sistema de leitura visual da forma.** São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

GOULART, Alexandre. **Uma lupa sobre o jornalismo de revista.** Observatório da Imprensa, 2006. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/uma-lupa-sobre-o-jornalismo-de-revista/>>. Acesso em: 26 set. 2020.

UIGSE-FSE. INTERNATIONAL UNION OF GUIDES AND SCOUTS OF EUROPE - FEDERATION OF EUROPEAN SCOUTING. **The early days of the FES.** Disponível em: <<https://uigse-fse.org/history/>>. Acesso em: 20 jul. 2020.

MENDONÇA, Talia. **Projeto Gráfico/Editorial da Revista fazer Turismo e Negócios.** 2012. 115 f. Monografia. Curso em Design Gráfico. Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2012.

PACHECO, Andrea. **Um guia completo sobre grids para design responsivo.** Disponível em: <<https://brasil.uxdesign.cc/um-guia-completo-sobre-grids-para-design-responsivo-6b192fea0124>> . Acesso em: 11 jun. 2020.

PLUVINAGE, Jean. **Revistas Digitais para iPad e outros tablets: Arte-finalização, Geração e Distribuição.** São Paulo: Bytes & Types, 2012.

ECCLESIA. **Vaticano: Fundador do Escutismo Católico a caminho da beatificação.** Disponível em: <<https://agencia.ecclesia.pt/portal/vaticano-fundador-do-escutismo-catolico-a-caminho-da-beatificacao/>>. Acesso em: 26 jun. 2020.

REGO, F. Gaudêncio Torquato. **Comunicação empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistema, estrutura, planejamento e técnicas.** 11. ed. São Paulo - SP: Summus, 1986.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2016.

SCOTT, Grant. **Guia Essencial para Estudante de Fotografia Profissional.** São Paulo, 2017.

TABAK, Tatiana. **Pequeno livro de dicas de diagramação.** Rio de Janeiro, 2014.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine** (o texto em revista). São Paulo: Summus, 1996.

WEBB, Jeremy. **O design da fotografia.** São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

ZEEGEN, Lawrence. **Fundamentos de ilustração.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

ANEXOS

A - Pautas

Editoria Entrevista	Pauta PING PONG: O papel do sacerdote no movimento
Local/horário entrevistas Meet – 22/09 às 19h	Sugestões imagens Missas no campo e na Rota com o padre; Atendimento de confissão; Participação em cerimônias;
Entrevistado Padre Patrick Carvalho	
Objetivo Compreender o papel do sacerdote no movimento, a importância do conselheiro religioso nas unidades, grupos, no acompanhamento dos jovens. Entender o que levou o padre a se tornar membro da AGEBR, quais experiências como conselheiro religioso já pôde viver no movimento, qual seu papel etc.	
Desenvolvimento Entrevista com Padre Patrick Carvalho - Diocese de Taubaté, mora em Caçapava e é natural da cidade de Tremembé. É Conselheiro Religioso, acompanhou o grupo de caminheiros do ramo vermelho da AGEBR no evento internacional EUROMOOT em 2019. O que diz o Diretório Religioso da Associação? “O Escoteiro é um crente e eu repudio toda a forma de Escotismo que não tenha a religião por base” (BadenPowell). A religião, a profissão de fé é, para o fundador do movimento escoteiro, a base do método para quem o pratica. Nesse sentido, a AGEBR em consonância com a UIGSE-FSE é um movimento escoteiro católico no Brasil que tem por objetivo contribuir para o pleno desenvolvimento religioso dos jovens escoteiros, “o Escotismo é um método de educação que se deve colocar a serviço da vida sobrenatural, e não o inverso” (DIRETÓRIO RELIGIOSO DA AG&E). “A AGEBR dá primazia à vocação de todo o cristão para a santidade. Um escoteiro ou uma guia deve viver a sua Promessa, os Princípios e a Lei segundo as exigências do Sermão da Montanha, verdadeira base de toda a vida cristã. Assim, a AGEBR é chamada a ser, em primeiro lugar, <u>um meio de santificação da Igreja, um meio que favorece e encoraja uma união mais íntima entre a vida concreta dos seus membros e a sua fé</u> ”.	

Sugestões de perguntas

- Como conheceu o movimento escoteiro católico e quando iniciou na Associação Guias e Exploradores do Brasil?
- O senhor é Conselheiro Religioso na unidade de Caçapava. O que faz o Conselheiro Religioso no movimento escoteiro católico?
- Em quais situações/momentos o Conselheiro Religioso se faz presente nas reuniões de grupos, unidades, eventos etc?
- O senhor esteve presente no EUROMOOT em 2019, evento internacional do ramo vermelho. Acompanhou os caminheiros da delegação brasileira na Rota São Bento, viveu a experiência com jovens e adultos do movimento de outras nacionalidades. Partindo dessa experiência, o que tem a dizer, acrescentar sobre o papel dos sacerdotes no movimento?
- Tem algum momento vivido que marcou sua missão como Conselheiro Religioso, que possa nos contar?
- Qual a mensagem deixaria para sacerdotes da Igreja do Brasil que não conhecem o movimento?
- Que mensagem deixa para os membros da AG&E hoje?

Coluna	Artigo “A guia e o Explorador gostam de coisas difíceis – O espírito escoteiro em conformidade com o espírito cristão”
Tamanho do texto De 3000 a 3500 caracteres com espaço	Sugestões imagens Guias e Exploradores em Rota; Montanha com cruz no cume (foto ou ilustração);
Colunista Frei André Tavares	
Objetivo	Trazer a reflexão sobre a relação da vivência escoteira com a religiosidade. Porque o escoteiro e o cristão vivem o espírito de sacrifício. Levar a reflexão de uma das leis “O escoteiro/a guia sorri e canta nas dificuldades” e o que diz Pe. Jacques Sevin.

<p>Editoria História</p>	<p>Pauta A história da AG&E - Quem somos?</p>
	<p>Sugestões imagens Fotos de reuniões em uma faixa sequencial; Mapa simples marcando as regiões que existem grupos hoje; Foto Pe. Jacques Sevin; Foto Baden Powell; Símbolo da UIGSE-FSE;</p>
<p>Entrevistados Dênis Duarte Marcos Jolbert Azambuja Luiz Augusto Postal Patrick Carvalho Leonardo Seville</p>	
<p>Objetivo</p> <p>Contar a história da Associação Guias e Exploradores do Brasil, quando iniciou as primeiras movimentações, por quem e como foi sendo formada até como se encontra hoje. Trazer os locais aonde existem grupos/membros no Brasil [talvez em um mapa]. Trazer 3 Boxes: Quem é B-P / Quem é Pe. Jacques Sevin / A UIGSE-FSE.</p>	
<p>Desenvolvimento</p> <p>Materiais de consulta: http://exploradoresdobrasil.com.br/quem-somos/historia/ Artigo “FATHER SEVIN AND HIS CONTRIBUTION TO CATHOLIC SCOUTING” – Revista Contact</p>	
<p>Sugestões de perguntas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como conheceu a pedagogia da UIGSE-FSE e se envolveu com a formação da AG&E? - Quando se tornou Comissário Geral Explorador? - Resumidamente, qual o caminho da AG&E até sua fundação? - O que mudou depois de sua fundação? - Qual a realidade hoje da AG&E no Brasil quanto a número de membros/agrupamentos? - Como conheceu a pedagogia da UIGSE-FSE e se envolveu com a formação da AG&E? - Quando e como decidiram abrir um agrupamento? - Quando se tornou presidente? - Por que escolheram a data de 13 de maio de 2019 para a fundação? - Como conheceu a pedagogia da UIGSE? - Quando iniciou e como foi o processo das primeiras movimentações no RS para uma associação no Brasil? - Quando iniciaram as primeiras formações da pedagogia no Brasil? 	

<p>Editoria História</p>	<p>Pauta Rota São Bento - a experiência do EUROMOOT pela delegação brasileira da AG&E</p>
<p>Local/horário entrevistas</p>	<p>Sugestões imagens Fotos do evento; Ilustração feita pelo Cf. Leonardo sobre a experiência;</p>
<p>Entrevistados</p> <p>Pierry Carvalho Marcos Jolbert Leonardo Seville Dênis Duarte Anderson Machado</p>	
<p>Objetivo</p> <p>Contar a experiência da Rota São Bento no euromoot a partir do relato dos participantes. Mostrar episódios marcantes sobre o caminho percorrido. Explicar o que é o EUROMOOT para o público.</p>	
<p>Desenvolvimento</p> <p>“O EUROMOOT somou seis dias de caminhada percorrendo uma das regiões da Itália central. O trajeto seguido pelo grupo formado pela delegação brasileira e as delegações do México, Itália e Eslováquia é o: “São Bento”. “O evento possui quatro caminhos: o caminho de São Francisco, de Santa Catarina de Sena, São Paulo e São Bento”. Juntas, as delegações do Brasil, México, Itália e Eslováquia somaram 42 membros entre 17 e 54 anos.” Matéria Canção Nova</p> <p>“A rota é instrumento pedagógico do ramo adulto. Pela rota (espécie de peregrinação), o adulto descobre um caminho que lhe permite esbarrar com seus limites, permitindo-lhe fazer uma autoanálise de como está a sua caminhada cristã. O Euromoot 2019 permitiu ao longo de sete dias, aos quase 5000 adultos dos mais de 20 países, a fazer esta experiência de superação. O Brasil foi composto de 7 homens e fomos inseridos com uma das delegações italianas, a da Eslováquia e do México. Formamos juntos o Clã de São João Bosco, que teve como rota, o caminho de São Bento, no percurso das Altas Montanhas – o caminho mais duro dentre todos.” Matéria Diocese Taubaté feita pelo Padre Patrick</p>	

Sugestões de perguntas

Experiência

- Como foi encontrar os escoteiros da Eslováquia, Itália e México, as delegações que fizeram o mesmo caminho que vocês?
- O que mais marcou para você em cada dia da Rota?
- Depois dessa experiência o que faria diferente ou de novo para se preparar para uma Rota?
- Você conseguiu ir até o fim? Se não, em que momento parou e o que fez até o dia do encontro final com o Papa?
- Se pudesse escolher um momento, qual seria ele e por quê?

Informações

- O que é o EUROMOOT?
- De quanto em quanto tempo e há quantos anos acontece esse evento?
- Em torno de quantos participantes?
- Qual foi o trajeto (principais locais, km) da Rota São Bento?
- Quais outros caminhos fizeram as outras delegações?
- Qual a importância da participação dos brasileiros no EUROMOOT para a AG&E?

Editoria Notícias	Pauta Atividades e formações na pandemia
Local/horário entrevistas	Sugestões imagens Foto atividades exploradores Brasília; foto rota de final de semana clã Dom Bosco; foto formações online; foto doação sangue Marabá; foto rota nacional;
Entrevistados	Leonardo Seville – atividades online exploradores de Brasília Marcos Jolbert – formações online e rota nacional Fernando – rota de final de semana do clã dom bosco Walter – ação solidária em Marabá Pierry
Objetivo	Trazer informações de atividades que aconteceram no ano durante a pandemia.
Sugestões de perguntas	Leonardo - Desde quando e como estão acontecendo as atividades com a tropa de exploradores na pandemia?

- Qual dia e horário das reuniões?
- Que tipo de atividades você realizou até então com eles pelo modo online?
- Qual a repercussão entre os meninos?

Marcos

- As formações online para chefes já era algo a ser realizado independente da pandemia?
- Com que frequência estão ocorrendo as formações neste ano? Qual a duração?
- Quais os temas tratados?
- Até quando estão previstas as formações no ano de 2020?
- O que é a Rota Nacional?
- Quando viu a possibilidade de acontecer a Rota Nacional 2020?
- Qual trajeto irão percorrer/ percorreram até o Santuário Nacional de Aparecida e quantos km?
- Chefes e pilotos de quais províncias já confirmaram presença/estiveram presentes?

Fernando

- Quando aconteceu a rota de final de semana do clã Dom Bosco?
- Quem faz parte do clã Dom Bosco?
- Qual trajeto fizeram, quantos km e onde pernoitaram?
- Qual foi a programação feita pela equipe?
- Como foi a experiência depois de um bom tempo sem Rota?

Walter

- Como surgiu a ideia da ação solidária de doação de sangue?
- Quais chefes estiveram presentes? Todos são do mesmo agrupamento? Qual agrupamento?
- Qual local da cidade de Marabá fizeram a doação?
- Qual dia aconteceu a ação?
- Como foi a experiência?

B – Documentos Autorização de Entrevistas e de Imagens**Autorização para entrevistas**

Eu **PATRICK ALVES DE CARVALHO** portador(a) do RG **48324340-1**, telefone **(12) 997591944**, e residente na cidade de **CAÇAPAVA-SP**, autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação “Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil”, sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

Caçapava, 21 de outubro de 2020

Pe. Patrick Alves de Carvalho
CPF 332.173.878-30



Assinatura

Autorização Para Entrevista

Eu Walter José Cereira de Moraes Junior, Portador do RG 4174799 SSP/PA, TELEFONE (94) 98333-3595, E RESIDENTE NA CIDADE DE MARABÁ-PARÁ. AUTORIZO A ALUNA GIOUANA MARQUES, REGULAMENTE MATRICULADA NO CURSO DE FORMALISMO DA FACULDADE CANÇÃO NOVA (RA 20376278). A UTILIZAR MINHA IMAGEM E AS INFORMAÇÕES OBTIDAS NA ENTREVISTA CONCEDIDA NESTA DATA NO TRABALHO DE GRADUAÇÃO "ESTORE PARATI"; REVISTA IMPRESSA DA ASSOCIAÇÃO GUIAS E EXPLORADORES DO BRASIL", SENDO UMA REVISTA EM VERSÃO IMPRESSA E EM PDF, PODENDO SER DISPONIBILIZADA NO SITE WWW.EXPLORADORES DO BRASIL.COM E COMPARTILHADA EM REDES SOCIAIS DA ASSOCIAÇÃO GUIAS E EXPLORADORES DO BRASIL (AG&E), DA AUTOMA, ENTREVISTADOS, PARCEIROS E DEMAIS PESSOAS ENVOLVIDAS.

CACHOEIRA PAULISTA, 28 DE OUTUBRO, DE 2020

Walter José C. de Moraes Junior

Termo de autorização para uso de imagem

Eu Mylena Sciotto Batista de Brito Vieira, portador(a) do RG 42.100.664-X, telefone (12) 992614375, e residente na cidade de Cachoeira Paulista - S.P., autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar a imagem do menor Alyne Maria Brito Vieira sob minha responsabilidade no Trabalho de Graduação "Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

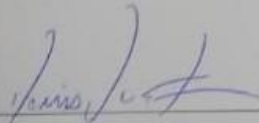
Cachoeira Paulista, 19 de Janeiro de 2020

Mylena S. B. B. Vieira
Assinatura

Autorização para entrevistas

Eu Denis Duarte,
portador(a) do RG 8.168.426, telefone (12) 98112-0761, e
residente na cidade de Cachoeira Paulista/SP, autorizo
a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da
Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações
obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação "Estote Parati:
Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em
versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site
www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias
e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas
envolvidas.

Cachoeira Paulista, 06 de Outubro de 2020



Assinatura

Autorização para entrevistas

Eu Sernando Magre, portador(a) do RG 55.324.743-5, telefone (02) 98204-7263, e residente na cidade de Cachoeira Paulista, autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação "Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

Cachoeira Paulista, 25 de Outubro de 2020

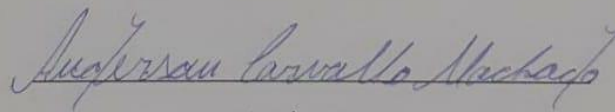
Sernando Magre

Assinatura

Autorização para entrevistas

Eu ANDERSON CARVALHO MACHADO, portador(a) do RG 4319896, telefone (34) 99195-4329, e residente na cidade de MARABÁ, autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação "Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

Cachoeira Paulista, 21 de outubro de 2020

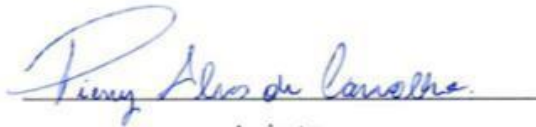


Assinatura

Autorização para entrevistas

Eu **Pierry Alves de Carvalho**, portador(a) do **RG 37.675.287-7**, telefone **(12) 99198-2217** e residente na cidade de Tremembé -SP, autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova (RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação "Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

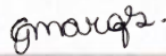
Cachoeira Paulista, 12 de Janeiro de 2021

A handwritten signature in blue ink, reading "Pierry Alves de Carvalho", is written over a horizontal line.

Assinatura

Termo de ciência e parceria

Para a produção de uma revista impressa e digital, sendo um projeto de conclusão de curso, foi realizada uma parceria de publicidade entre a autora Giovana Marques, acadêmica do curso de jornalismo da Faculdade Canção Nova, portadora do RA 20176278 e do CPF 095.324.356-70 e RG MG12.387.755, solteira, residente e domiciliada na Rua Sete de Setembro, 53 em Cachoeira Paulista (SP) e o (a) representante e proprietário (a) **Sandra Angélica do Nascimento Mendonça** da empresa denominada **LOJA BOINA AZUL ME** portador (a) do CPF **05007641680-6** residente e domiciliado na **Avenida São Pedro, 1773 Bosque da Saúde em Taubaté-Sp**. Sendo realizado uma contribuição no valor de **R\$ 100,00 reais** para execução e finalização do projeto acima citado, ficando ciente entre ambas partes sobre a possibilidade de disponibilização do produto em meio digital no site www.exploradoresdobrasil.com.br, podendo ser compartilhado em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.



Giovana Marques – Autora do Projeto de Revista *Estote Parati*



Responsável e/ou proprietário da empresa parceira

Autorização para entrevistas

Eu LUIZ AUGUSTO KARASEK POSTAL, portador(a) do RG 2012261001, telefone (51) 9 9989-8562, e residente na cidade de PORTO ALEGRE-RS, autorizo a aluna Giovana Marques, regularmente matriculada no curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova(RA 20176278), a utilizar minha imagem e as informações obtidas na entrevista concedida nesta data no Trabalho de Graduação "Estote Parati: Revista impressa da Associação Guias e Exploradores do Brasil", sendo uma revista em versão impressa e em PDF, podendo ser disponibilizada no site www.exploradoresdobrasil.com e compartilhada em redes sociais da Associação Guias e Exploradores do Brasil (AG&E), da autora, entrevistados, parceiros e demais pessoas envolvidas.

Cachoeira Paulista, 12 de NOVEMBRO de 2020

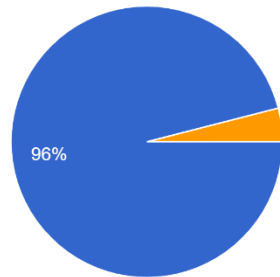

Assinatura

APÊNDICES

A – Pesquisa público

Você gostaria que a AG&E tivesse uma revista?

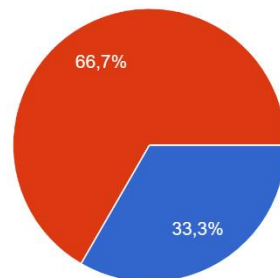
25 respostas



- Sim
- Não
- Sim, revista eletrônica ao estilo dos grades fundos de pensão, direcionado ao público, que no nosso caso além dos Escoteiros, Guias e os Escotistas, focada principalmente nas Arquidioceses e Paroquias de todo Brasil.

Você prefere uma revista na versão impressa ou digital?

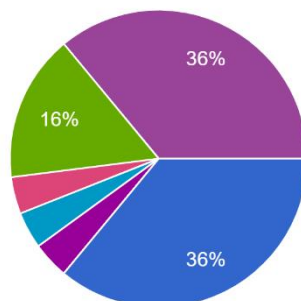
24 respostas



- Impressa
- Digital

Qual sua cidade?

25 respostas

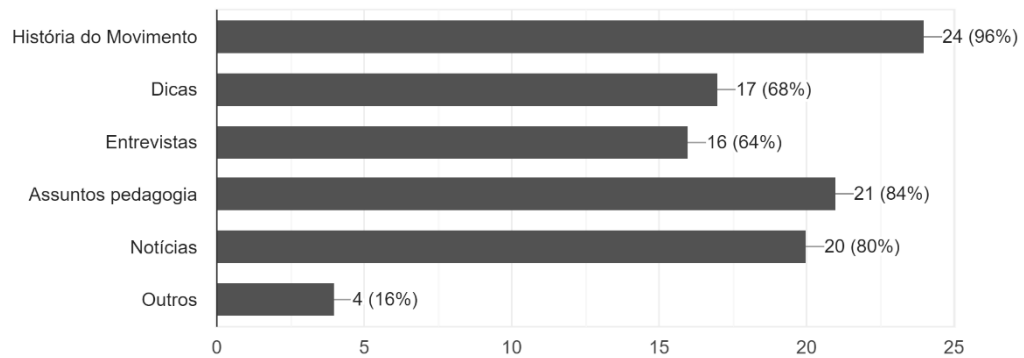


- Marabá - PA
- Petrolina - PE
- Granja - CE
- Rio de Janeiro - RJ
- São Pedro da Aldeia - RJ
- Brasília - DF
- Cruzília - MG
- Cachoeira Paulista - SP

▲ 1/2 ▼

O que gostaria que tivesse em uma revista feita para você?

25 respostas



B - Painel Semântico



C – Boneco

