

# MANUAL DIGITAL

REVISTA CANAL EXTRA

REVISTA O GLOBO

REVISTA BOA VIAGEM

REVISTA RIO SHOW

REVISTA SERRA

REVISTA BARRA/ REVISTA TIJUCA

REVISTA ZONA DESTE/ REVISTA ILHA

REVISTA ZONA SUL

REVISTA DA TV

REVISTA TODA EXTRA

REVISTA DIVERSÃO

REVISTA DECORAÇÃO ...

REVISTA BAIXADA/ ZONA NORTE

REVISTA OH!/ REVISTAS POCKETS

# Índice

Introdução .....	2
Revista O Globo (novo formato)	
Tamanho do anúncio (espaços e formatos) .....	3
Formatos sangrados (modelos) .....	4
Revista Canal Extra	
Tamanho do anúncio (espaços e formatos) .....	5
Formatos sangrados (modelos) .....	6
Settings Imagens_(capa e contracapa <i>papel couchê</i> ) .....	7
Settings Imagens_(miolo <i>papel jornal</i> ) .....	8
Revistas ( Serra, Zona Sul, Barra, Diversão, TV, Decoração, B. Viagem, Rio Show, etc...)	
Tamanho do anúncio (espaços e formatos) .....	9
Formatos sangrados (modelos) .....	10
Tratamento de imagens .....	11
Revista Oh! .....	12
Revistas Pockets .....	13
Anúncios Digitais/ Características da Digitalização .....	14
Digitalização de ilustrações ou "line art" .....	15
Recomendações que evitam erros .....	16
Cores .....	17
Nomes dos arquivos/ Produção do anúncio .....	18
Como evitar problemas com:	
Imagens .....	19
Fontes .....	20
Cores .....	21
Fechamento de arquivos em PDF .....	22
Envio de arquivos em PDF .....	23
Configurações do Acrobat Distiller/ Disque Digital .....	24

## Introdução

---

Você tem em mãos (ou melhor, na tela) a mais nova versão do “Manual de Normas e Procedimentos para o envio do seu material” das Revistas: Canal Extra, O Globo, Boa Viagem, Rio Show, Serra, Zona Sul, Barra, Diversão, Revista da TV e Decoração. Toda Extra, Revista ELA Luxo, Pockets

É importante que, antes do envio de seu arquivo digital, seja feito um contato com nosso suporte técnico através do “Disque Digital” para esclarecimento de qualquer dúvida que ainda possa existir, evitando assim problemas e garantindo a qualidade do seu anúncio.

Todos nós ganhamos com os anúncios digitais, tanto no tempo quanto no custo de produção e, principalmente, na qualidade final de nosso produto. Isto representa satisfação para quem lê, agilidade para quem produz e retorno para quem anuncia.

Não deixe de visitar o nosso novo site: [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br). Nele você encontra informações sobre nossa empresa e nossos produtos. Além, é claro, de todas as futuras atualizações deste manual no formato PDF disponíveis para download.

Nós, da Gerência de Operações Comerciais, esperamos estar contribuindo positivamente para o seu sucesso. Caso você tenha alguma crítica ou sugestão, não hesite em entrar em contato conosco.

## Revista O Globo *(Perfil de tratamento em papel Couche - ver pag. 07)*

### Tamanho dos Anúncios

#### MÓDULOS

1 módulo .....	5,7 cm x 4 cm
2 módulos .....	5,7 cm x 8 cm
3 módulos .....	5,7 cm x 12 cm
4 módulos .....	5,7 cm x 16 cm
Anuncio Ilha .....	10 cm x 10,7 cm

#### ESPAÇOS

1 página .....	21,2 cm x 27,6 cm *
1/3 página .....	7,7 cm x 27,6 cm *
2/3 página .....	14 cm x 27,6 cm *
½ página .....	21,2 cm x 14 cm *
Dupla Central .....	41,4 cm x 27,6 cm *

#### FORMATOS (sangrados)



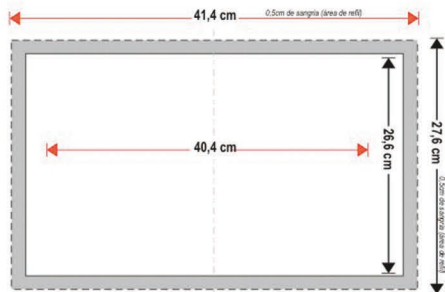
\* Os formatos sangrados devem ter uma margem de segurança (defesa de texto) de 1,2 cm onde 0,5 cm será para o corte e 0,7cm para a defesa do texto.

Para maiores esclarecimentos é importante que entre em contato com o Departamento Digital 2534-5312.



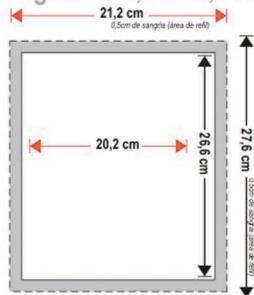
Veja algumas ilustrações abaixo

**Página Dupla - 41,4 x 27,6 cm**  
(sangrado)



**1 Página - 21,2 x 27,6 cm**

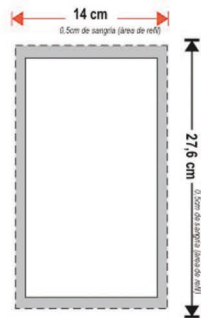
**1 Página - 20,2 x 26,6 cm**



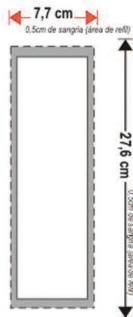
**½ Página - 21,2 x 14 cm**  
(sangrado)



**2/3 Página - 14 x 27,6 cm**  
(sangrado)



**1/3 Página - 7,7 x 27,6 cm**  
(sangrado)



\* Refere-se a área de não sangramento do anúncio

# Revista Canal Extra (novo formato - papel couchê)

## Tamanho do Anúncio

### ESPAÇOS

### FORMATOS sangrados (\*)

1 página.....	21,2 cm x 27,6 cm*
2/3 página.....	14 cm x 27,6 cm*
1/2 página.....	21,2 cm x 14 cm*
1/3 página.....	7,7 cm x 27,6 cm*
Dupla Central.....	41,4 cm x 27,6 cm*

1 módulo.....	4,2 cm x 4 cm
2 módulos.....	4,2 cm x 8 cm
3 módulos.....	4,2 cm x 12 cm
4 módulos.....	4,2 cm x 16 cm
2 módulos horizontais.....	8,8 cm x 4 cm
3 módulos horizontais.....	13,4 cm x 4 cm
Anúncio Ilha.....	8,8 cm x 8 cm

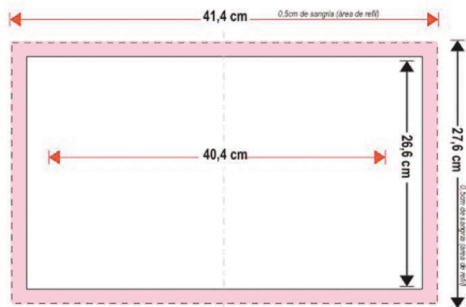


\* Os formatos sangrados devem ter uma margem de segurança (defesa de texto) de 1,2 cm onde 0,5 cm será para o corte e 0,7 cm para a defesa do texto.

Para maiores esclarecimentos é importante que entre em contato com o Departamento Digital: 2534-5312.

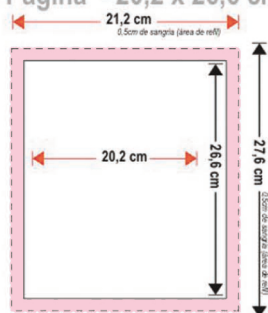
Veja algumas ilustrações abaixo

**Página Dupla - 41,4 x 27,6 cm**  
(sangrado)



**1 Página - 21,2 x 27,6 cm**

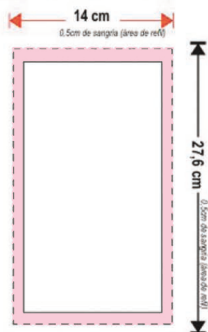
**1 Página - 20,2 x 26,6 cm**



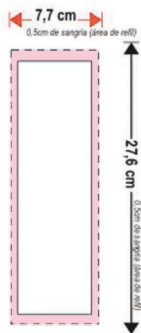
**½ Página - 21,2 x 14 cm**  
(sangrado)



**2/3 Página - 14 x 27,6 cm**  
(sangrado)



**1/3 Página - 7,7 x 27,6 cm**  
(sangrado)



\* Refere-se a área de não sangramento do anúncio

# Imagens *(papel couchê)*

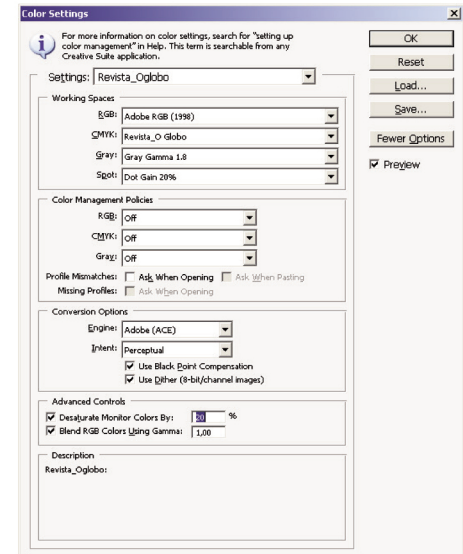
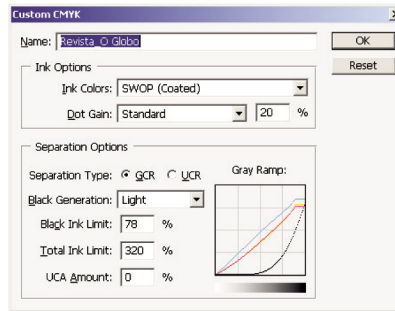
REVISTAS: O GLOBO/ CANAL EXTRA/ POCKETS GUIA/ ELA LUXO/ RIO SHOW GASTRONOMIA

Na utilização de um software para tratamento de imagens, do tipo Adobe Photoshop, devem ser usados os seguintes ajustes básicos:

- Resolução: .....300 dpi (lineatura 150 lpi)
- Modo de Cor: .....CMYK (imagens Cor)  
Grayscale ou Tons de Cinza (imagens P&B)
- Dot Gain: .....20%

## Color Settings:

- Cores das tintas .....Swop brilhante
- Aumento de ponto .....Padrão (20%)
- Tipo de separação .....GCR
- Composição do preto .....Suave
- Limite de tinta preta .....78%
- Limite total das tintas .....320%

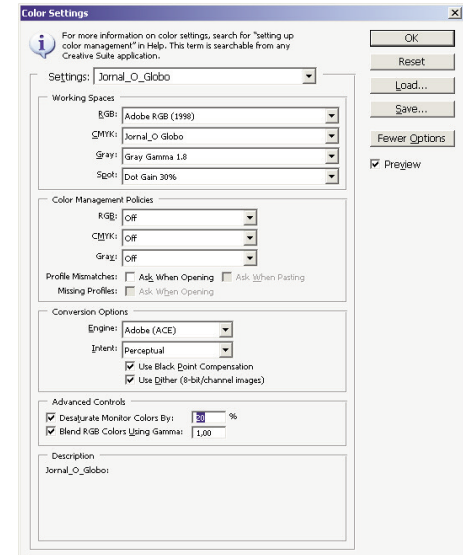
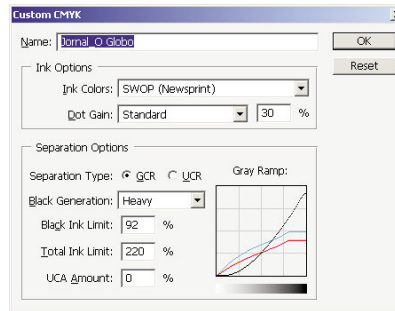


## Imagens (miolo\_ papel jornal)

Resolução: .....200 dpi (lineatura 100 lpi)  
Modo de Cor: .....CMYK (imagens Cor)  
  Grayscale ou Tons de Cinza (imagens P&B)  
Dot Gain: .....30%

### Color Settings para imagens COR:

Cores das tintas .....Swop jornal  
Aumento de ponto .....Padrão (30%)  
Tipo de separação .....GCR  
Composição do preto .....Carregado  
Limite de tinta preta .....92%  
Limite total das tintas .....220%





## Revistas: (padrão jornal\_grampeada)

Serra, Zona Sul, Barra, Tijuca, Razão Social, Rev. Digital, Diversão, Rev. da TV, Decoração, Boa Viagem, Rio Show, Zona Oeste, Zona Norte, Baixada, Ilha, Toda Extra...



Formatos:

## Tamanho do Anúncio

### ESPAÇOS

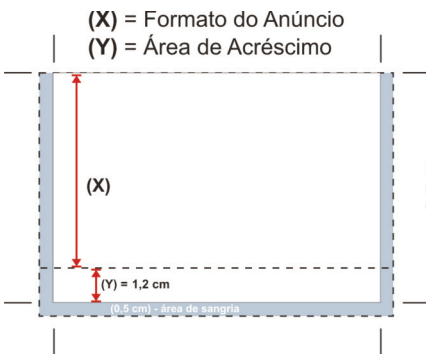
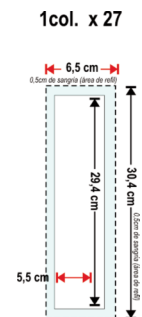
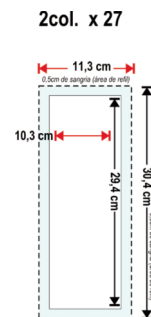
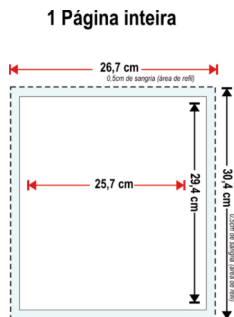
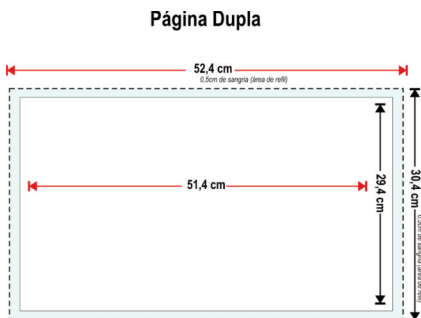
### FORMATOS SIMPLES (colunado)

### FORMATOS SANGRADOS

1 página (5col. x 27) .....	23,5 cm x 27 cm .....	26,7 cm x 30,4 cm*
Dupla Central (10col. x 27) .....	49 cm x 27 cm .....	52,4 cm x 30,4 cm*
1 coluna .....	4,3 cm x 27 cm .....	6,5 cm x 30,4 cm*
2 colunas .....	9,1 cm x 27 cm .....	11,3 cm x 30,4 cm*
1/2 página (rodapé) .....	ver ilustração abaixo .....	**

- \* Os formatos sangrados devem ter uma margem de segurança (defesa de texto) de 1,2 cm onde 0,5 cm será para o corte e 0,7cm para a defesa do texto.  
Para maiores esclarecimentos é importante que entre em contato com o Departamento Digital 2534-5312.

Veja algumas ilustrações abaixo sobre formatos sangrados.



Ps.: Os anuncios posicionados no rodapé da página devem ter uma margem de segurança (defesa de texto) de 1,2 cm nas laterais e na parte inferior.

## Tratamento de Imagens

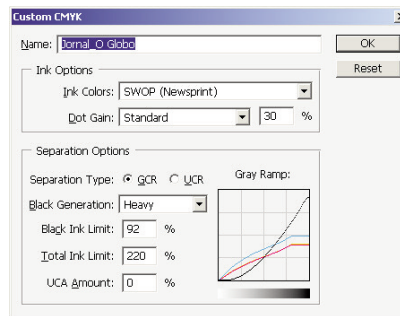
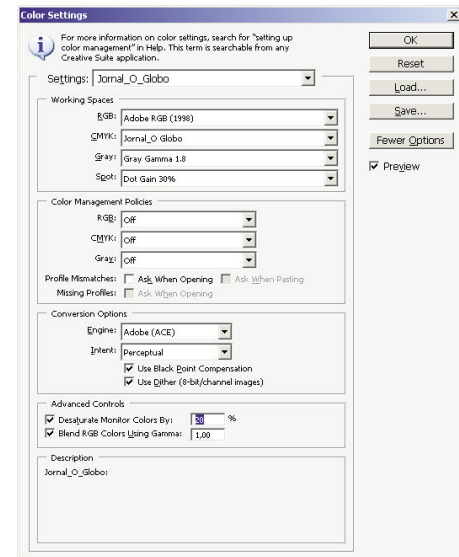
Na utilização de um software para tratamento de imagens, do tipo Adobe Photoshop, devem ser usados os seguintes ajustes básicos:

## Imagens

Resolução: .....300 dpi (lineatura 150 lpi)  
 Modo de Cor: .....CMYK (imagens Cor)  
   Grayscale ou Tons de Cinza (imagens P&B)  
 Dot Gain: .....30%

## Color Settings:

Cores das tintas .....Swop jornal  
 Aumento de ponto .....Padrão (30%)  
 Tipo de separação .....GCR  
 Composição do preto .....Carregado  
 Limite de tinta preta .....92%  
 Limite total das tintas .....220%



# Revista Oh! (lombada quadrada)

Tamanho do Anuncio: (com sangria)

Página Inteira = 22 x 28,5 cm

Página dupla = 43 x 28,5 cm

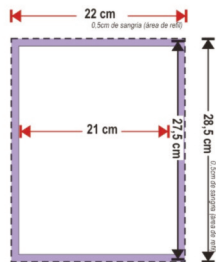
Obs.: Deixar uma margem de segurança (defesa de texto de 1,5 cm em todas as laterais)

Imagens = Perfil para papel couchê (conf. pág. 07)

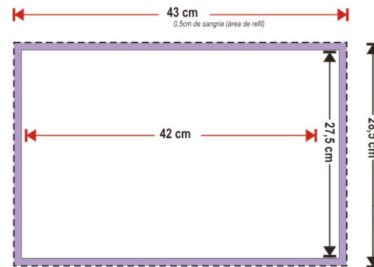


12

1 Página = 22 x 28,5 cm



Página Dupla = 43 x 28,5 cm



Ps.: Não enviar o arquivo com marca de corte e/ou registro



## Revistas Pockets *Campeonato Brasileiro/ Campeonato Carioca/ Copa América/ Multipage Prezunic*

### Tamanho do Anuncio:

Página Inteira = 16 x 28 cm

Página dupla = 31 x 28 cm

Obs.: Deixar uma margem de segurança (defesa de texto de 1,2 cm em todas as laterais)

---

## Revistas Pockets *Barra/ Zona Sul/ Niterói/ Tijuca/ Baixada/ Zona Oeste/ Ilha*

### Tamanho do Anuncio:

Capa/ 2a. capa/ 3a. capa/ 4a. capa = **16 cm x 28 cm**

Obs.: Deixar uma margem de segurança (defesa de texto de 1,2 cm em todas as laterais)

### Páginas Internas (Guia)

1 página = 13,6 cm x 24

1/2 página = 13,6 cm x 11,5 cm

1/4 página = 6,7 cm x 11,5 cm

1/8 página = 6,7 cm x 5,3 cm

Capa (rodapé) = 3,6 cm x 07 cm

**Imagens = Perfil para papel couchê (conf. pág. 07)**

*Ps.: Não enviar o arquivo com marca de corte e/ou registro*





## Anúncios Digitais

- Serão aceitos arquivos com extensões em pdf, tif e jpg (300dpi de resolução), e arquivos abertos dos programas em que foram produzidos.
- Cada arquivo digital deverá conter apenas um anúncio
- No caso de alguns formatos, deverá ser feita uma sangria do anúncio, no corte da página de 0,5 cm para cada lado sangrado.
- Para arquivos com anúncios de Módulo não será feita a sangria, devendo o anúncio ter as mesmas dimensões do módulo (page setup do arquivo digital), ou seja, o anúncio não poderá exceder as margens da página de arquivo digital que o contém.
- O arquivo não deve ter elementos externos à área do anúncio, como marcas de corte, registro e escala de cores
- Não utilizar as margens do programa
- No caso do programa Quark, desabilitar a opção "EfiColor" e, no menu Edit/Colors, ativar a opção "Process Color" para todas as cores
- Não esquecer de atualizar os links das imagens com a imagem em alta antes de gerar o arquivo

14

## Características da digitalização

- Todos os originais cor devem ser escaneados e tratados em RGB. A conversão para P&B ou CMYK deve ser feita em programas de tratamento de imagem após a equalização e tratamento.

- Imagens claras (ou escuras) podem ser corrigidas na função Curves (Photoshop) ou programa similar, pelo ajuste dos meiotons mais claros (ou escuros). Com isso, aumenta-se o contraste.
- O tamanho de publicação da imagem tem que ser ajustado em programas de imagem e os cortes necessários devem ser feitos antes de montar a imagem no anúncio.
- As imagens devem ser salvas em EPS binary (para ser importada no QuarkXpress ou PageMaker) ou TIFF sem LZW compression (para ser importada no CorelDraw).
- Usar o mesmo formato de arquivo para todas as imagens dentro de um mesmo anúncio.
- Evite usar impressos como originais. Um original reticulado pode causar o efeito moiré quando for escaneado e reticulado novamente.
- A montagem de imagens sobre um fundo colorido deve ser feita no programa de imagem (do tipo Photoshop). Esse tipo de arquivo não pode ser enviado usando a função Layers.
- Um ponto que merece atenção especial é na resolução das imagens. A **resolução mínima** necessária para uma boa qualidade de impressão nas revistas da Infoglobo é de 300 DPI. A qualidade de uma imagem embutida dentro do PDF pode não ser facilmente percebida apenas abrindo o arquivo em um monitor comum necessitando de ferramentas profissionais para detectar eventuais problemas de resolução. Certifique-se que esta utilizando imagens de boa qualidade e que ao converter para PDF essa qualidade não esteja sendo perdida.

### Digitalização de ilustrações ou "line art"

- As ilustrações em traço devem ser inseridas no anúncio no tamanho final. Pode haver perda de qualidade (serrilhamento dos

contornos) se a ilustração em traço for ampliada dentro da aplicação usada para montagem do anúncio. São aceitáveis pequenos ajustes do tamanho de até 20%. Para ampliações, veja o item Digitalização de Originais.

### **Atenção:**

A revisão dos anúncios realizada pela Infoglobo Comunicações Ltda. tem como objetivo evitar possíveis problemas que gerem impactos no processo gráfico.

- A responsabilidade pelo conteúdo dos anúncios, pela sua produção e garantia de que a prova e o arquivo fornecidos apresentam todos os elementos, é da agência e do anunciante".

### **Recomendações que evitam os erros mais frequentes**

- Nunca utilize quadricromia para textos em preto, para evitar problemas de registro na impressão.
- Evite fazer rotações e ampliações/reduções nas imagens importadas nos softwares de paginação (QuarkXPress, PageMaker). Um arquivo que utiliza imagens rotacionadas, que demoraria 5 minutos para ser processado, pode demorar até 90 minutos se rotacionadas no software de paginação. Faça estas rotações e ampliações/reduções em softwares de manipulação de imagens (como o Photoshop), pois eles têm recursos mais eficazes para realizá-las, além de garantir uma qualidade melhor na imagem final.
- Não aplique fundos transparentes (None) nos boxes de imagens grayscale ou TIFF. Ao processar estes arquivos, as bordas das imagens podem ficar serrilhadas. Quando for necessário manter a transparência do fundo das imagens (fotos recortadas), salvar as imagens em EPS utilizando clipping paths.
- Utilize o menor número de pontos nos paths, pois, quanto maior esse número, mais demorado será o processamento e a possibilidade de ocorrer erro é maior.

- Não utilize path automático: transformação de uma seleção automática (por exemplo, varinha mágica do Photoshop) em path.
- Dégradés e blends são operações extremamente complexas. Caso o seu arquivo utilize muitos dégradés (mais de 10), uma dica para facilitar o seu processamento é criar o dégradé em um software de manipulação de imagens (tipo Photoshop) e aplicá-lo como uma imagem bitmap.
- Não use medidas Hairline. Essas medidas dependem da resolução dos equipamentos de saída. Em uma impressora laser de 300 dpi a medida hairline é claramente visível. Em uma fotocompositora de 1200 dpi, ela fica praticamente invisível. Para fios utilize medidas mínimas de 0,425 pts ou 0,15 mm.
- Elimine todos os elementos que não pertencem à página, como, por exemplo, réguas de controle e imagens não utilizadas colocadas fora da área efetiva da página. Esses elementos podem causar erros na hora de processar os arquivos.
- Não cubra elementos não desejados com boxes brancos ou coloridos. Apague-os.
- Os arquivos não podem ser enviados compactados (inclusive, não use a compressão LZW nas imagens TIFF no Photoshop). Os processos de compactação e descompactação podem danificar/alterar o conteúdo dos arquivos.

## Cores

- Não use arquivos RGB. Todas as imagens devem ser convertidas para CMYK. Apesar de aparecerem coloridas na tela do micro, ao serem processadas saem em preto e branco.
- O somatório das porcentagens das quatro cores nas áreas de máxima do anúncio não pode ultrapassar 220%. Por exemplo, não se pode ter em um anúncio em cores com 100% nas quatro cores, pois o seu somatório totaliza 400%.

- Definir todas as cores do documento como PROCESS COLOR - CMYK. Cores em RGB e cores Pantone têm que ser convertidas para CMYK, caso contrário, tornam-se cores especiais.
- Delete todas as cores não utilizadas no documento.
- Arquivos em preto e branco devem estar em GRAYSCALE, a menos que se deseje preto e branco a 4 cores. Neste caso, devem estar em CMYK sem exceder o limite do somatório de 220%.
- Não utilize extensões de correção de cores nos softwares de paginação, como, por exemplo EFiColor no QuarkXPress. Essas extensões alteram as cores utilizadas no documento nos dispositivos de saída (impressoras) e devem estar desabilitadas ao gerar os arquivos postscript.

## Nomes dos arquivos

18

Para a padronização, os nomes dos arquivos não devem ter mais que 8 (oito) caracteres acrescidos da extensão do tipo de arquivo. Não utilize caracteres especiais nos nomes (espaços, cedilha, @, -, #, %, &, /, ?, etc.).

Os arquivos devem ser nomeados com o nome do anunciante ou o título do anúncio (abreviado, se necessário), ou o número da OP.

## Produção do anúncio

Os softwares recomendados pela Infoglobo para a produção de anúncios são:

- Manipulação de Imagens: **Adobe Photoshop**
- Paginação e Montagem: **QuarkXPress, Adobe Page Maker, In Design**
- Desenho Vectorial: **Adobe Illustrator, Corel Draw**



## Como Evitar Problemas Com...

### Imagens

- Imagens (fotos/logos) devem ser enviadas sempre nos formatos EPS (PageMaker ou Quark) ou TIFF (CorelDraw). Nunca utilizar quaisquer outros formatos (BMP, PCX, PCT, JPG, PSD, WMF, etc.). As imagens quando salvas em JPEG, por exemplo, sofrem uma perda irrecuperável em seus meio-tons.
- Todas as imagens devem ser digitalizadas no tamanho que serão utilizadas.
- As imagens devem ser convertidas de RGB para CMYK ou GRAYSCALE antes de montadas no anúncio.
- Rotação, ampliação/redução, distorção e recortes em imagens devem sempre ser feitos no programa tipo Photoshop, nunca no programa de finalização do anúncio.
- Os recursos de copy/paste não devem ser utilizados para imagens/logos dentro do programa de finalização do anúncio. Utilizar sempre as opções de importar imagens disponíveis para cada programa.
- Nunca renomear arquivos após terem sido importados para dentro do programa de finalização do trabalho. Isso quebra a ligação entre o programa e o arquivo. Quando isso é feito, a cópia que será impressa é a que está em baixa resolução.
- Atualizar os links das imagens com a imagem em alta antes de gerar o arquivo (Quark, PageMaker).
- Ao gerar um Path (máscara) no Photoshop, nunca utilizar a ferramenta Magic Wand (varinha mágica). Ela produz um número excessivo de pontos vetoriais (nós) que causam erro de PostScript. Utilizar a ferramenta de criação de Path.
- Ao utilizar uma imagem (foto ou logotipo) sobre um fundo em dégradê (ou sobre uma ou mais fotos), fazer a mixagem no

Photoshop (gerando um só arquivo). Não esqueça de, antes de gravar o arquivo, desabilitar a função Layers, se for utilizada, apagar canais que contenham seleções salvas. Ou seja, não fazer nenhum tipo de mixagem de imagens no software de saída utilizando imagens com fundo transparente (ex:\*.psd).

- As imagens que serão importadas para o programa de finalização do anúncio devem estar na resolução específica da saída (ver item Digitalização de Originais).

## **Fontes**

*Devem ser respeitados alguns aspectos básicos como:*

- Não podem ser utilizadas fontes internas do Macintosh como New York, Monaco, etc.
- Tamanho mínimo para letras impressas em uma cor só, é de 7 pontos.
- Tamanho mínimo para letras impressas em cor com sobreposição de 2 ou mais cores e letras vazadas é de 8 pontos.
- Os anúncios que tenham mais de 80 caracteres de texto devem ser feitos em programas de paginação (QuarkXPress, PageMaker, etc.). Evitar programas de desenho (CorelDraw, Illustrator, etc.) para grandes massas de texto.
- Conversão em curva é, quase sempre, um risco. Essa técnica não deve ser aplicada a grandes massas de texto. Ao fazer isso, em pequenas quantidades (mais ou menos 100 caracteres), selecionar e agrupar o texto convertido. Mesmo assim, esse recurso pode deformar o desenho da letra ou eliminar detalhes em fontes abaixo de corpo 8. Em fontes caligráficas ou com caracteres muito rebuscados (que diferenciem muito de letras bastão), o risco de perda de detalhes do caractere aumenta.
- No caso de anúncios feitos em Macintosh nunca utilizar as opções de bold, itálico e bold itálico por atalho de teclado. Ao invés disso, utilizar o menu de fontes e escolher a variação da fonte com o efeito desejado. No caso de PC, sempre checar se as opções desejadas estão realmente instaladas. Muitas vezes, por exemplo, o software "italiza" a fonte na tela, mas por esta

não estar instalada, não é impressa com o efeito.

- Limitar o número de transformações de texto. Exemplo: texto ao longo de paths e alterações no typeface da fonte (como, condensed, bold, scale horizontal e vertical, etc.).
- Não utilizar a opção de inclusão de fontes ("Embed fonts using True Doc) no CorelDraw.
- Existe um risco de se fechar um arquivo sem adicionar as fontes no fechamento, pois sem elas incluídas no código do arquivo, temos um preview correto e um comportamento no momento da geração da chapa incorreto, e esse problema pode ser intermitente pois vai depender da identificação dos nomes das fontes faltantes pelo sistema de geração de chapas. Se você criar um PDF e pretende imprimi-lo em outro computador, poderá encontrar alguns problemas em relação as fontes e formatação. Isso pode acontecer quando as fontes utilizadas não estão embutidas no pdf. Para evitar o problema, todas as fontes tipográficas utilizadas no documento devem ser incorporadas no arquivo.

21

## **Cores**

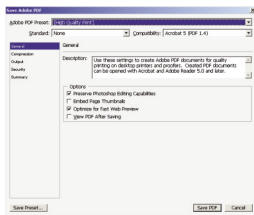
- Todas as cores usadas no anúncio devem obedecer à escala CMYK. Nunca utilizar cores das escalas Pantone, TruMatch ou RGB.
- Para a escolha das cores do seu anúncio, usar como referência à "Escala de Tonalidades" fornecida pela Infoglobo. O monitor do computador não pode ser usado para escolha e aprovação de cor.
- Se o anúncio for P&B, todos os seus elementos (fotos, logos, textos, fios, etc.) têm que estar em P&B (tons de cinza) também. Para isso, converter todos os objetos coloridos para "tons de cinza" em um software de edição de imagens (Photoshop) antes de importá-los para o anúncio.
- Atenção quanto as opções de sobreposição do preto (overprint) e dispersão automática (trapping). Use-as de acordo com o tipo de trabalho.

## Fechamento de arquivos em PDF

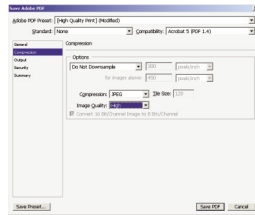
- **Corel Draw** - Exportar o arquivo em **\*.psd** ou **\*.tif**, com resolução de 300dpi, CMYK (para anúncios cor) e Grayscale (para anúncios pb). Ativar somente a opção anti alising (suavização de serrilhado). Abrir o arquivo no Photoshop, eliminar canal alpha, layers, paths se houver e salvar como PDF de Photoshop, compactação JPG com resolução máxima - 12 (deixar desclicado todos os itens ao salvar o PDF).
  - **Photoshop** - Abrir o arquivo no Photoshop, eliminar canal alpha, layers, paths se houver e salvar como PDF de Photoshop, compactação JPG com resolução máxima - 12 (deixar desclicado todos os itens ao salvar o PDF).
- Obs.:** Este procedimento é válido para o Photoshop versão 5, 6, 7, 8
- **Photoshop CS 2** (em diante) - Para salvar os arquivos PDF no Photoshop CS2 corretamente deve ser seguida uma configuração personalizada conforme telas ilustrativas abaixo:

22

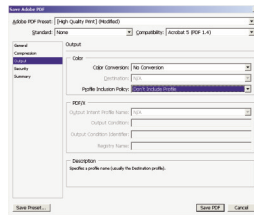
Passo 1



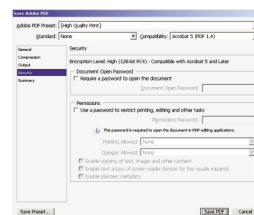
Passo 2



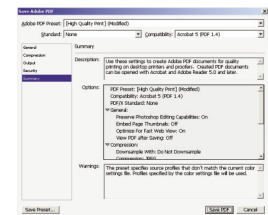
Passo 3



Passo 4



Passo 5



- **Quark Xpress** - Deve-se fechar um arquivo (.ps) com uma impressora postscript (ex. Linotronic 530 ou Generic Imageseter.) e o PPD do Acrobat distiller, e logo depois usar o Acrobat Distiller usando o joboptions com as configurações O Globo, ou salvar o arquivo como eps no Quark e usar o distiller.
- **Illustrator/ In Design** - Fechar um arquivo postscript ou eps e distilar no Acrobat Distiller.  
Verificar no Acrobat Reader se não houve alteração de fonte e se o tamanho do arquivo está correto

**Observações:** Os arquivos em PDF enviados para a **Editara Globo** não devem ter separação de cor, marca de corte e registro ou borda branca em volta do anúncio. Padrão de PDF X-1a: 2003.

## Envio de arquivos em PDF

23

**Site Infoglobo** - [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br) - arquivos até 80mb. É necessário se cadastrar previamente no próprio site para acessar o link Envio de Material. Após o cadastro, entrar em contato com o SPV (Serviço Pós Venda) Tel.: 2534-5414 ou 2534-5299 para a liberação da senha.

Após o envio de material, será encaminhado uma mensagem, por e-mail, confirmando o recebimento do arquivo.  
Para demais esclarecimentos ligar para 2534-5414 .

**FTP** - Para usar o FTP, deve ser solicitada a criação de uma conta particular à Digitalização no tel: (0XX21) 2534-5312. Os arquivos enviados devem ser nomeados com o nº da OP (ordem de publicação). No caso de troca de material, deve-se acrescentar a palavra TROCA. Ex. *op12345\_troca*. Após o envio do anúncio é extremamente importante o contato com o Deptº de Tráfego 2534-5138/ 5508/ 5211 para confirmar a chegada do material. Enviar também uma print via fax: 2534-5588.



**Email** - Os arquivos enviados por e-mail devem ter até 6MB de peso. No campo assunto (subject) deve ser especificado o nome do cliente, número da OP, nome do produto (jornal e caderno) e data de publicação. Enviar também uma print via fax no tel.: 2534-5588. Para confirmar o recebimento do arquivo, entrar em contato com o Tráfego: (0XX21) 2534-5508 / 2534-5501. O endereço de e-mail é [trafego@oglobo.com.br](mailto:trafego@oglobo.com.br)

## Configurações do Acrobat Distiller

Entrar em contato com Departamento Digital pelo telefone **2534-5312** para solicitar o Job Options da versão em uso. Arquivo deverá ser copiado para a pasta Settings do Acrobat Distiller.

**Ex:** <c:\arquivos de programas\Adobe\Acrobat 4\Distiller\Settings>

Maiores esclarecimentos técnicos ligar para:

Disque Digital

**(21) 2534-5312**

---

---

**Observação:** Informações sobre envio de material por e-mail, site, ftp, troca de material e autorização ligar para Deptº de Tráfego \_ Tel.: 2534-5501/ 5211/ 5508

*A responsabilidade pelo conteúdo dos anúncios, pela sua produção e a garantia de que a prova e o arquivo fornecidos apresentam todos os elementos, são da agência e do anunciante.*