

Revista de divulgação científica Amazonas Faz Ciência da Fapeam na versão para tablet: desafios em busca de novas linguagens¹

Carlos Fábio Morais GUIMARÃES²
Edy da Silva BARBOSA³
Suellen de Sousa FONSECA⁴

Faculdade Martha Falcão/DeVry - AM
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) - AM

Resumo

Este trabalho apresenta uma visão preliminar sobre os desafios de se buscar novas linguagens, jornalística e visual, para a revista de divulgação científica “Amazonas Faz Ciência” da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), na versão produzida para o dispositivo *tablet*. A partir da possibilidade de expansão dos conteúdos de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) para esse tipo de dispositivo, há necessidade de refletir sobre os tipos de linguagens produzidas, haja vista o formato e a praticidade de uso do *tablet*, visando diferenciá-lo do conteúdo impresso. Para isso, é oportuno conhecer a linguagem da revista impressa, da digital e o cenário onde a Amazonas Faz Ciência é produzida. Ainda que de maneira superficial, verifica-se que há muito para ser experimentado, debatido e descoberto.

Palavras-chave: divulgação científica; dispositivos móveis; convergência midiática; tablet; linguagem.

No cenário nacional, verificam-se inúmeras revistas⁵ especializadas em divulgação científica. Das denominadas comerciais ou àquelas que possuem um determinado valor para aquisição como a ‘Superinteressante’, da editora Abril; ‘Galileu’, da editora Globo ‘Com Ciência Ambiental’, da editora Casa Latina; ‘Fapesp’, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, as gratuitas: ‘Ciência par todos’, do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa); ‘Minas Faz Ciência’, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais e ‘Amazonas Faz Ciência’, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), todas têm realizado o papel de expandir a circulação de informações sobre Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I).

¹ Trabalho apresentado no GP 5 - Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológicas, , evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação. Professor da Faculdade Martha Falcão/DeVry e bolsista da Fapeam, email: cfguima@gmail.com

³ Especialista em Design Gráfico. Designer e bolsista da Fapeam: suesousa@gmail.com

⁴ Graduado em Design. Bolsista da Fapeam: edybarbos@gmail.com

⁵ O conceito de revista neste trabalho deve ser entendido como sendo um produto editorial editado com um mesmo título, com conteúdo diferentes e produzidos em intervalos regulares (Colaro, 2007, p. 31)

No caso das revistas de divulgação científica das Fundações de Amparo às Pesquisas (Faps), os conteúdos produzidos referem-se, basicamente, as produções científicas e tecnológicas desenvolvidas no âmbito dos programas e/ou editais e fomentados pelos governos de seus estados, em parcerias com as agências de fomento federal e iniciativas privadas, nacionais ou internacionais.

Em relação ao alcance das edições, a expansão da internet e a consolidação da web como novo campo midiático, nas últimas duas décadas, levaram os meios tradicionais de comunicação a migrarem para o ambiente digital. Essa migração fez com que as revistas também se deslocassem para o meio digital.

Na atualidade, o avanço tecnológico faz surgir rapidamente novas ferramentas digitais no cotidiano da sociedade. Os dispositivos móveis, como celulares ou *tablet*⁶, exemplificam tais avanços. Esse último, nos últimos anos, despertou nas empresas de comunicação, na imprensa e editoras de revistas, investimentos para conquistarem os públicos/clientes nos segmentos que atuam.

Pioneira entre Faps na produção de um periódico voltado para este tipo de dispositivo móvel, a Fapeam também investiu no segmento de revista para *tablet* e “encampou” a proposta para divulgar CT&I, por meio dos seus: Departamento de Difusão do Conhecimento (Decon) e Programa de Comunicação Científica.

O protótipo foi lançado na edição 28 (julho/2013), na ocasião da comemoração dos 10 anos da instituição. Entretanto, mesmo com a introdução no mercado deste dispositivo portátil e as mudanças do conteúdo voltados para ele, houve dificuldades em estabelecer novas linguagens, seja jornalística ou visual, exclusiva para o *tablet*. Soma-se as dificuldades, as características do Programa de Comunicação Científica.

Sendo assim, a partir das observações feitas nas características da revista impressa, digital e para *tablet*, este trabalho tem a pretensão de demonstrar o caminho árduo no desenvolvimento desse formato.

Por meio da metodologia bibliográfica e descritiva, contextualizaremos o Programa de Comunicação Científica e verificaremos o desenvolvimento da revista de divulgação científica “Amazonas Faz Ciência da Fapeam”, no que tange a busca de nova linguagem, no campo jornalístico e visual, para o formato *tablet*.

⁶ Tipo de computador portátil, de fina espessura e com tela sensível ao toque (*touchscreen*). Dispositivo com uso semelhante a um computador portátil convencional, muito usado para navegar na internet, para a leitura de livros, jornais e revistas, para visualização de fotos e vídeos.

A revista como produto de informação especializada

As revistas impressas possuem características próprias e seus formatos estão presentes há muito tempo no âmbito jornalístico. Produto secular, com conteúdo segmentado conforme a área e linha editorial, a revista foi pensada para ser mais duradoura em relação ao jornal impresso.

Surgida como um meio de entretenimento alternativo em relação ao mundo dos jornais, a revista passou a incorporar um importante papel cultural e educativo. Scalzo (2003) faz referência a esta importância ao afirmar que a revista ditou padrões na sociedade, influenciou culturas, pois no seu conteúdo, sempre existiu informações aprofundadas, principal característica do periódico.

Voltada a públicos específicos, a revista se constrói e se consolida com a identificação direta de seus leitores, motivo pelo qual o mercado foi expandido por meio da variedade de conteúdos que são atrativos de cada público. “[...] “a segmentação e o tipo de público faz parte da própria essência do veículo” SCALZO (2003).

A revista contribui na formação de opinião e aquisição de conhecimento. Logo, a importância de se criar linguagem específica por meio das técnicas jornalísticas é essencial. O texto, as imagens e a disposição visual são os principais componentes para a padronização e que também contribuem para diferenciar do impresso diário. VILA BOAS (1996) afirma que “nas revistas se podem produzir textos mais criativos, com o uso dos recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário”. Organizar a lógica de pensamento e dispor nas páginas de forma eficaz é fundamental para o sucesso de uma revista.

Com o advento da internet, houve uma refuncionalização dos meios de comunicação tradicionais para se acomodarem na ecologia midiática (Santaella, 2009). A autora cita Jenkis ao buscar o termo cultura da convergência “para se referir ao fluxo de conteúdos através dos múltiplos suportes midiáticos em que as mídias antigas e novas tendem a interagir de modo cada vez mais complexo”. (SANTAELLA, 2009, p.8). As revistas, por serem de natureza impressa, ou seja, da mídia impressa tiveram que se adaptar a mudança para a nova plataforma web. Entretanto, este processo não foi tão rápido e fácil.

A complexidade de se conceituar o novo ambiente e as relações foi o primeiro deles. Mídia digital, jornalismo digital, revista digital? O que define e implica esses conceitos? Para Pinho (2003, p. 58), “o jornalismo digital se diferenciava dos outros tipos de jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais pelos tratamentos dos dados e pelas

relações articuladas com os usuários”. O autor afirmava que o digital deveria explorar a seu favor cada uma das características inerentes ao novo meio. Contribuindo com o tema, Júnior e Alves (2010, p. 27) traz que mídia digital é um termo que busca pluralidade, no qual texto, imagem e som podem aparecer juntos a qualquer momento. Então poderíamos afirmar para ser denominada revista digital, bastaria o conteúdo da revista estar na internet, obedecendo os códigos binários?

Num primeiro momento a resposta é sim, pois como Pinho (2003, p. 166) esclarece, na primeira geração de sites da web, houve privilégio apenas para o conteúdo e não a forma. O conteúdo, basicamente, era a transposição da plataforma impressa para a internet.

O autor vai mais a fundo, ao nos indicar outras duas gerações. A segunda vem com a substituição das palavras por elementos gráficos e a terceira geração com a utilização dos elementos de design, que não somente dão importância ao conteúdo, mas também a funcionalidade e a estética do produto. Santaella (2009) corrobora ao afirmar que as mídias digitais, nas versões 2.0 e 3.0 constituem hoje, verdadeiras plataformas para conexões multimidiáticas. Apesar de todo esse avanço, nem todas as revistas convergiram para o ambiente digital.

Revista de divulgação Científica “Amazonas Faz Ciência” da Fapeam

Como um breve resgate da história da revista de divulgação científica da Fapeam, verificou-se que na 1ª edição, lançada em agosto/2005, era denominada de “Amazonas Ciência” e uma das características era não possuir uma periodicidade definida pela instituição, visto que o segundo número foi lançado em dezembro/2005 e o terceiro, em agosto/2006.

Somente na 7ª edição, em dezembro/2007, a revista estabeleceu periodicidade, com o título que a acompanha até hoje. A revista é um instrumento de comunicação capaz de tornar disponíveis informações sobre CT&I para públicos não especializados, além de facilitar o conhecimento sobre pesquisas que ajudem a melhorar a vida das pessoas em sociedade. Atualmente, a “Amazonas Faz Ciência” se encontra na 32ª edição e a periodicidade, em 2015 voltou a ser irregular.

Em julho de 2013, foi lançado um protótipo de quatro páginas para a versão *tablet*, idealizado num projeto final da jornalista Cláudia Regina Carlos Antônio Coelho, para obtenção do título de especialista em jornalismo científico pelo Instituto Leônidas e Maria Deane (Fiocruz Amazônia). O projeto foi concebido no Programa de Comunicação Científica da Fapeam, edital 010/2012, vigência 2012-2013.

Programa de Comunicação Científica da Fapeam

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM) investe alto no Programa de Apoio à Divulgação Científica, que já está na da 8ª edição, com o último edital lançado em 2014. O objetivo do programa é consiste em apoiar, com bolsas, profissionais com ou sem vínculo empregatício, formados ou graduandos em jornalismo, radialismo, letras, publicidade e design, interessados em desenvolver pesquisas e produtos voltados para a difusão da ciência no Estado do Amazonas.

Segundo Barbosa e Alves (2011), os resultados obtidos pela comunicação fortalecem o trabalho das próprias FAPs, uma vez que facilitam a formação de novas redes, permitem parcerias internacionais e tornam as fundações de amparo à pesquisa conhecidas pela população.

No artigo “Por que as Fundações estaduais de pesquisa investem tanto em comunicação” publicado na revista eletrônica de jornalismo científico do Laboratório de Jornalismo, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o jornalista Fábio Carvalho destaca os investimentos das FAPs na área de comunicação, com ênfase nas publicações Rio Pesquisa, Pesquisa Fapesp, Minas faz Ciência e Amazonas faz Ciência, revistas produzidas pelas fundações fluminense, paulista, mineira e amazonense, respectivamente. “Não são periódicos técnico-científicos, são veículos de comunicação voltados ao público leigo e que divulgam a ciência apoiada pelos agentes financiadores”. (CARVALHO apud BARBOSA, 2011).

Todavia, por se tratar de bolsa de pesquisa, não há vínculos entre os participantes e a instituição. Isso causa uma evasão enorme de profissionais e estudantes durante a execução do projeto. Soma-se ainda a periodicidade anual ou bianual do programa, o que possibilita trocas de integrantes e a não continuidade das ações programadas para o desenvolvimento dos produtos multimidiáticos

Dispositivo móvel *tablet* e a revista Amazonas Faz Ciência na versão para *tablet*

Para alguns autores o primeiro *tablet* surgiu com o lançamento do Ipad no mercado em 2010. Apesar de já existir alguns projetos que visavam a criação de dispositivos eletrônicos que aliasse interatividade às características de um computador portátil.

A funcionalidades desses dispositivos são características que o potencializam como ferramenta de comunicação, como a navegação simples na web; possibilidade de integrar notas escritas e faladas no documento; facilidade de visualizar imagens, com definição elevada; de reproduzir e produzir áudio e vídeo com qualidade entres outras.

A versão para *tablet* da revista Amazonas faz Ciência iniciou-se na edição 28ª, lançada em julho de 2013. Na ocasião, foram elaboradas quatro páginas de conteúdo envolvendo entrevistas e reportagens de pesquisas científicas, produzidas pela empresa Digital Page, com sede em São Paulo.

Na edição dupla (29ª e 30ª), correspondente ao período de julho a dezembro de 2013, a revista impressa possuía 94 páginas. A versão para *tablet* ficou apenas com 25 páginas. Houve a possibilidade de se trabalhar com mais áudios, vídeos e, principalmente, imagens. A objetividade foi outro fator preponderante para diminuição do número de páginas. Entretanto, a versão final não foi algo fácil de obter. Inicialmente, discutiu-se e o número de páginas e ficou definida que seriam 64 páginas, correspondentes ao número de páginas de uma edição impressa. Posteriormente, após novas reuniões, chegou-se ao número de 25 páginas. Apesar de ter todo o conteúdo finalizado, ainda não há a versão final devido às pendências de contrato com a empresa responsável de hospedar o produto e a Fapeam.

A edição 32, que corresponde ao último trimestre de 2014, foram produzidas 18 páginas de revista, mas com o conteúdo de 64 páginas, semelhante a versão interna.



Imagem 1: versões da revista para a versão *tablet*

Novos formatos ou formatos velhos?

A introdução do *tablet* traz à luz a busca por novos formatos de revista digital, que implica uma série de mudanças que o diferenciam do formato impresso, tanto na linguagem jornalística, quanto no visual.

Na linguagem jornalística, os elementos observados na produção da revista impressa estão muito presentes na área digital. No entanto, a possibilidade de ir além do texto escrito e

imagens fixas faz com que esta linguagem seja repensada. Características como hipertextualidade, multimídia e interatividade devem ser exploradas em grande escala. O formato para *tablet* a transposição do impresso para a internet. A hipertextualidade, por exemplo, deve permitir relacionar o conteúdo para outras abordagens por meio de diversos links. Por sua vez, a multimídia deve agregar mais usos de som, vídeo, áudio, imagens, recursos gráficos e textos. Se na versão impressa, os depoimentos, sonoras e explicações são transcritos, na revista digital podem ser substituídos por vídeos ou áudios. A interatividade pode ser concebida, conforme Dourado (2013, p. 62), contato com ícones pré-estabelecidos; autonomia na escolha do percurso multilinear; ativação de códigos de linguagem em uma dada narrativa (texto, áudio, infográfico, vídeo, fotos); participação/o em fórum e chats; canais colaborativos para produção jornalística (envio de texto, vídeos ou fotos); compartilhamento de conteúdo em redes sociais.

Assim também corrobora Cunha (2011, p.76), “A definição de interatividade distingue duas formas principais: uma na qual o leitor participa da construção de sentido e controla a dinâmica do hipertexto e a outra, que permite apenas escolher entre alternativas pré-determinadas”.

Somada ao conteúdo interativo, multimidiático e não linear, a objetividade é outro fator agregador para a versão no *tablet*, conforme destaca Cavalcanti (2013). O autor listou alguns atributos que os jornalistas podem se guiar quando escreverem para dispositivos móveis: 1) objetividade – frases curtas; título das matérias deve procurar um meio termo entre a persuasão e a objetividade; 2) ordem direta (sujeito, verbo, complemento). 3) uso de hipertexto. Isso significa afirmar que o estilo de linguagem para os *tablets* deva ser, obrigatoriamente, diferente para que possa contemplar todos os requisitos abordados neste trabalho, na tentativa de oferecer ao usuário, novas narrativas e maneiras de ler e interagir com o conteúdo.

Na linguagem visual, a ideia é oferecer as pessoas que buscam o formato *tablet*, experiências e sensações diferentes em relação ao toque do papel. Deve-se proporcionar ao leitor, a sensação de que não está consumindo algo repetido, mas sim, algo novo, cheio de novas possibilidades de consumir a informação.

Para isso, os designers utilizam alguns conceitos de design, como o design de interação. O Design de Interação está sendo cada vez mais utilizado como recurso no processo de aprendizagem e na comunicação da ciência (científica), deixando maior a autonomia do usuário. Com o design de interação de revistas digitais é possível proporcionar ao usuário a

experiência de ler matérias com o suporte de áudios, bancos de imagens (galerias), infográficos, vídeos e textos.

Oliveira (2013) corrobora ao afirmar que “a usabilidade e o design de interação surgem como formas de se avaliar e conceber – de maneira objetiva, seguindo métodos e estruturas – a interação entre pessoas, artefatos e instituições (levando-se em conta cenários e contextos e sugerem soluções para melhorar esse processo”.

A revista digital é uma forma simplificada de uma revista impressa, porém com mais conteúdo de mídia, deixando mais interessante a experiência de aprendizagem para o usuário. E o Design de Interação é de suma importância, pois quando a interação com o usuário é mal sucedida traz uma série de transtornos.

A leitura deve ser positiva. O conteúdo deve estar inteiramente visível para o leitor ter maior aproveitamento da leitura. Para isso, procurou-se fazer de modo que o usuário faça o mínimo de esforço para entender os textos.

A diagramação também foi feita de forma com que ajudasse junto ao bom contraste e elementos que não causassem poluição visual, que fazem parte da legibilidade; A tipografia também é algo de suma importância, pois sabe-se que algumas fontes não possuem uma boa legibilidade.

Já a legibilidade se refere ao usuário conseguir absorver o máximo de conteúdo possível. As indicações das funções devem ser feitas de forma bem visível junto ao contraste de tamanho e de cor dos elementos na interface, para que o usuário possa chegar ao seu objetivo e não cause frustração e nem desistência de realizar a tarefa.

Os formatos das edições.

Na edição 28, quando a revista Amazonas Faz Ciência foi também projetada para o *tablet*, a linguagem textual não trouxe nenhuma mudança em relação a versão impressa. Nos recursos gráficos, pequenas animações foram inseridas na capa para dar um efeito inovador a revista. Aliás, as capas das três edições que foram adaptadas para o dispositivo móvel não sofreram alterações.



Quanto ao conteúdo, conforme observado, a edição 28 trouxe somente a transposição da edição impressa.



Imagem 3: formato da versão impressa estava idêntico ao para tablet

A edição 29 e 30 era uma edição especial e trouxe praticamente duas revistas em um exemplar. As reuniões de equipe de produção giraram em torno de convergir, cada vez mais áudio, vídeo, texto eletrônico de maneira diferente da proposta inicial. A empresa paulista continuava como a plataforma que hospedava todo o conteúdo da revista.



Imagem 4: processo de mudança de formato da revista

Buscou-se elaborar inéditos para seções semelhantes da revista. No impresso, o conteúdo foi elaborado de forma diferente da versão para *tablet*. No caso do editorial, o impresso trouxe uma foto fixa, enquanto na versão para o dispositivo móvel, o programa de comunicação científica produziu um vídeo com a diretora-presidente falando um editorial totalmente diferente da versão tradicional.

Conseguiu-se também mudar o layout da matéria de capa da edição especial. Porém, não se conseguiu mudar a linguagem jornalística de texto. O que estava presente na versão impressa foi transportada para a versão *tablet*



Imagem 5: mudança parcial no formato (apenas Layout)

A edição 32, a coordenação do programa de comunicação científica pôde trabalhar sem estar atrelada a empresa paulista digital *page e*, e, por meio, do adobe *Indesign CS6*, a equipe pode trabalhar com mais “expertise” os elementos gráficos para o formato *tablet*.

De um formato de 64 páginas, conseguiu-se inserir todo o conteúdo da revista em apenas 18 páginas. Com diversas mudanças de layouts gráficos em relação aos dois formatos.

Todavia, não se conseguiu mudanças na linguagem textual. O *deadline*, somado ao número reduzido de bolsistas que integram o programa de comunicação científica, reduzem drasticamente a qualidade dos produtos, resultando em avanços parciais. No caso da revista para *tablet*, o projeto está conseguindo realizar mudanças em alguns pontos, como nos recursos visuais, porém em outros, como no âmbito jornalístico, o conteúdo está sendo “transportado” do impresso para a versão digital.

Na produção de vídeos, os vídeos inseridos estão sendo intercalados entre a produção feita exclusivamente para a versão *tablet* e os que são produzidos para a TV Fapeam e disponibilizados no youtube.

Para Primo (2011), ações como essas de recorrer a vídeos do youtube e a transposição de páginas impressas para a versão *tablet* “empobrecem”(aspas nossas) o conteúdo do dispositivo móvel. De certa forma é um retrocesso a 1ª geração do jornalismo digital.



Imagem 6: mudanças estão em processo, todavia de maneira parcial



Imagem 7: layouts totalmente diferentes, porém conteúdo jornalístico igual ao impresso.

CONSIDERAÇÕES

O jornalismo de revista voltados aos formatos para *tablet* estão em busca de linguagem própria. Na Fapeam, os debates giram em torno de convergir, cada vez mais, elementos de áudio, vídeo e impresso que sejam totalmente diferentes dos disponibilizados nas plataformas tradicionais ou presentes no *site* ou *youtube*.

Por isso o desafio. Mesmo para profissionais e estudantes “engajados” para a mudança. Trazer uma linguagem diferente requer, algumas vezes, pensar diferente de tudo que se praticava jornalisticamente ou visualmente na área do design. Porém, desafios são colocados para serem superados e a contribuição de todos é válida a partir da socialização da temática. Ainda que de maneira superficial, verifica-se que há muito para ser experimentado, debatido e descoberto. Não existe ainda uma linguagem padrão para *tablet*. Como ressalta Primo (2011), “as respostas estão prontas para serem criadas e inventadas, porque a resposta definitiva nós ainda não sabemos”.

Cabe-nos compartilhar tal processo, para que possamos debatê-lo, no sentido de aperfeiçoá-lo como uma potencial ferramenta, no caso da Fapeam, um potencial dispositivo de divulgação científica.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, C.L; COSTA, L. **Mídias sociais e difusão científica: o uso do Twitter pelas Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa.** Em: <http://www.portalintecom.org.br/anaisdecongressorecife2011>. Acesso em 20/07/2015.

BOAS, S. V. **O estilo magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus, 1996. - (Coleção novas buscas em comunicação; v.52)

GUIMARÃES, C. F. M. ; AZEVEDO, L. E. C. ; BARBOSA, C. L. **Divulgação Científica e Jornalismo Científico na 15 edição da Revista Amazonas Faz Ciência da Fapeam.** 2010. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

CAVALCANTI, M. L. **Propostas para uma boa escrita jornalística em ambientes portáteis.** 2006. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/cavalcanti-mario-propostas-parauma-boja-escrita-jornalistica.pdf>. Acessado em 28 de agosto de 2013.

COLLARO, A.C. **Produção gráfica: arte e técnica da mídia impressa.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CUNHA, R. E.S. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets.** 2011, 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2011.

DOURADO, T. M. S.G. **Revistas em formatos digitais: modelos e novas práticas jornalísticas.** 2013, 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2013.

OLIVEIRA, V.R; PAULINO, R. **Construção e estrutura da notícia nas interfaces dos tablets.** E-Com, v.6, n.1, 2013

PERNISA JUNIOR, C; ALVES, W. **Comunicação digital: jornalismo, narrativas, estética.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

PRIMO, A. **Jornalismo para Ipad e Kindle.** Em https://www.youtube.com/watch?v=esdOE_oHwxs, acesso em 20/07/2015

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção de informação online.** São Paulo, Summus, 2003.

SANTOS, R. E; VARGAS, H.; CARDOSO, J.B. **Mutações da cultura midiática.** Prefácio de Lúcia Santaella. São Paulo: Paulinas, 2009

SCALZO, M. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2003.