

## **Revista *Past-Up*: A Diagramação No Jornalismo Impresso<sup>1</sup>**

Leticia Silva FERREIRA<sup>2</sup>  
Guilherme CARVALHO<sup>3</sup>  
Centro Universitário Uninter, Pr

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo fundamentar a elaboração de uma revista no formato *ePub*, a partir das teorias de convergência midiática, jornalismo de revista e de jornalismo *online*. A revista intitulada de *Past-up*, busca como público-alvo estudantes de jornalismo e jornalistas recém-formados. A publicação, busca mostrar por meio de teorias e aplicação prática, a importância da diagramação no texto jornalístico e como a apresentação visual do material jornalístico impresso interfere na leitura.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; *ePub*; convergência; diagramação.

### **1 INTRODUÇÃO**

As evoluções tecnológicas na comunicação estão abrindo portas no mercado. Ao mesmo tempo cresce a competitividade entre profissionais e empresas, de modo que:

A preocupação com visual hoje é uma realidade em todos os setores do cotidiano e a apresentação de uma imagem agradável vem se transformando em uma verdadeira febre, devido à necessidade de se fazer o mercado cada vez mais competitivo. (COLLARO, 2000. p. 16).

A preocupação com o visual dos produtos de comunicação tem revolucionado os materiais impressos. Revistas e jornais buscam fazer um *layout* mais atraente na tentativa de prender e atrair mais leitores. Essa preocupação tem aumentado devido aos avanços tecnológicos proporcionados pela internet, que cada vez mais vem atraindo leitores para a tela de computador, *tablet* ou *smartphone*. Essa nova concorrência entre meios de comunicação impressos e digitais vem exigindo mais dos profissionais da comunicação. Hoje, o jornalista, quando ingressa no mercado de trabalho, precisa estar preparado para todas as plataformas de comunicação. Segundo Sant'Ana (2008), este posicionamento do jornalista no mercado de trabalho, pode ser nomeado de “jornalismo de mochila”, ou seja, há uma convergência entre os meios de comunicação. O jornalista não fica preso a um formato. Embora essa não seja uma prática jornalística atraente para os leitores, ou para o veículo que ele representa.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 12 Revista customizada (avulso).

<sup>2</sup> Leticia Silva Ferreira recém graduada em Jornalismo, email: letinha.ferre@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Jornalismo, email: guilherme.ca@grupouninter.com.br.

A convergência entre os meios de comunicação, segundo Jenkins (2009), não muda só a tecnologia, mas modifica a forma como consumimos a informação. Prova disso são revistas e jornais que estão se adaptando e conseqüentemente habituando os leitores para novas plataformas de leitura. Uma das maiores plataformas de publicação digital é o site *Issuu*<sup>4</sup>, o qual muitos jornais e revistas fazem digitalização do impresso para o *online*.

Porém, mesmo com a digitalização de dados a internet não está eliminando os outros meios de comunicação. Eles podem convergir entre si, mas não deixam de existir. Essa relação de convivência entre um meios de comunicação é defendida por McLuhan (1964). O rádio não substituiu os jornais impressos, a televisão não substituiu o rádio, e pode ocorrer o mesmo no ciclo da internet.

Apesar da propagação da internet não abranger a totalidade de pessoas, ela tem provocado muitas mudanças nos meios de comunicação que competem com ela. Nos meios impressos, observa-se um cuidado com a apresentação visual. Silva (1985), em seus estudos sobre diagramação, defende que o comportamento da apresentação visual de materiais impressos foi modificado de forma a ser mais atrativo para o leitor. Ele defende a importância da diagramação, como uma forma de desenho prévio da informação, ou seja, que tem por objetivo facilitar a compreensão da informação.

Abordando essa importância visual dos materiais jornalísticos impressos visada pela diagramação, percebeu-se, por meio de uma pesquisa de opinião realizada com alunos e recém-formados em jornalismo no Centro Universitário Uninter, que eles não possuem domínio em técnicas de diagramação. Em um universo de 51 entrevistados 38% dizem terem dificuldades em diagramar os materiais impressos que produzem. O que se torna um problema, visto a importância que a diagramação exerce sobre os meios de comunicação impressos.

Nesse sentido o presente estudo partiu da seguinte questão: como transmitir as tendências do mercado em diagramação na área de produtos impressos, para alunos e profissionais recém-formados em jornalismo?

A partir de então buscou-se o desenvolvimento de um conteúdo editorial voltado à área de diagramação de impressos, para os alunos e profissionais recém-formados em jornalismo.

---

<sup>4</sup> No mercado mundial das revistas, o maior *site* hospedeiro de revista em *ePub* é o *Issuu*, reunindo um total de 14 milhões de publicações, com uma média de 2.500 publicações todos os meses, tendo um público de leitores de 70 milhões de pessoas a cada mês.

## 2 OBJETIVO

O objetivo foi elaborar um veículo para que os alunos e recém formados em jornalismo obtenham informações e exemplos das novas tendências de *design* e diagramação em veículos impressos, e consigam aplicá-las em suas atividades de diagramação acadêmicas ou em circulação no mercado. O conteúdo da revista foi elaborado com base em pautas que tratam de problemas vivenciados por alunos e novos profissionais de jornalismo quando precisam colocar as matérias em veículos impressos no mercado. Foi desenvolvida uma identidade visual para a revista para que o público-alvo saiba identificar do que se trata o conteúdo editorial. A revista intitulada *Past-up* está hospedada na plataforma *Issuu*, é divulgada por uma *fanpage* no *Facebook*.

A *Past-up* foi fundamentada em uma pesquisa com objetivo exploratório, na qual foi investigada e observada a problemática dos alunos e recém-formados em jornalismo. Criou-se então a *Past-up*, considerando-a como uma hipótese de solução ou amenização da desinformação sobre diagramação. Para a estruturação da pesquisa foram utilizados os seguintes procedimentos: em pesquisa bibliográfica, pesquisa de opinião e entrevista.

## 3 JUSTIFICATIVA

Com os recentes avanços tecnológicos e a convergência entre as novas e antigas tecnologias, a digitalização do impresso é um desafio para os meios de comunicação que ainda se mantêm no formato original. Revistas e jornais impressos que se mantiveram no mercado estão inovando a cada dia para conquistar um leitor multimidiático.

Com o aparecimento dos veículos de comunicação de massa eletrônicos, revolucionando a comunicação humana através da instantaneidade da informação provocada pelo som e movimento da imagem, alterou-se radicalmente o comportamento de apresentação visual editorial na veiculação impressa. (SILVA, 1985, p.38).

Uma das saídas para os meios de comunicação impressos é a apresentação visual que se tornou uma forma de linguagem, na qual todo elemento gráfico possui um significado, formando um discurso. O discurso gráfico propõe duas leituras uma visual e outra textual, dessa forma para se captar o conteúdo de uma página de um jornal não é mais necessário ler a página completamente para formar conceitos prévios, basta captar a mensagem visual. (SILVA, 1985). Os meios impressos contam com o visual e com uma apuração mais aprofundada, isso é saída contra o imediatismo da internet, que em muitas situações não é preciso. O novo método do impresso é apurar e apresentar a cobertura

completa da notícia da forma mais atraente, explicativa e clara para o leitor. Esse recurso visual se torna uma mensagem que facilita a compreensão, segundo Dapieve:

Dependendo da interação entre texto e arte visual, um suplemento cultural pode, sim, transformar o meio e mensagem. O impacto da visão de uma página – facilitado pelo fato de que o mais comum é ela ser ilustrada por fotos de objetos e de gente bonita – pode facilitar a árdua tarefa do repórter de ganhar atenção do leitor. Fotos bem ampliadas, ilustrações precisas, gráficos elegantes, tudo pode ser explorado, desde que não se comprometa a identidade visual fundamental do projeto gráfico do jornal ou da revista (2002 p. 111).

Com esse novo recurso visual em jornais e revistas, conseqüentemente, os jornalistas também passaram a ter que se adaptar às novas tendências do mercado. Não basta uma boa pauta ou apresentar um furo de notícia, o jornalista, para vender o texto no mercado e conseguir competir com os meios de comunicação multimídia, necessita aplicar uma boa diagramação<sup>5</sup>. Segundo Silva diagramar é:

[...] desenhar previamente a disposição de todos os elementos que integram cada página do jornal e revista. É ordenar, conforme uma orientação predeterminada, como irão ficar depois de montados os impresso, os títulos, as fotografias, os anúncios, os desenhos e tudo mais a ser apresentado e outras especificações complementares. (SILVA, 1985, p.41).

A diagramação tornou-se uma atividade fundamental em jornais e revistas. O leitor precisa ser conquistado visualmente, dessa maneira os materiais impressos ganham uma unidade junto ao texto jornalístico, proporcionando dois momentos no leitor: " O primeiro momento é quando o leitor observa a massa gráfica em conjunto, distinguindo as subáreas, isso é, identificando as ilustrações, os títulos os intertítulos, os brancos, os gráficos, o texto etc. A segunda, ao se deter nos detalhes destas subáreas". (SILVA, 1985, p.37). A diagramação tem a capacidade de transformar um texto, deixá-lo muito mais interessante e explicativo, valorizar uma foto etc.; Porém, pode-se passar uma espécie de maquiagem no texto, Piza defende que a diagramação deve acompanhar o nível do texto:

Preocupe-se em dar título, em propor a foto, em fazer legendas, chapéus e olhos, em interagir com a diagramação. Esses recursos dão cara e cor ao texto e é fundamental que tenham coerência entre si. Nada mais chato para o leitor do que uma produção visual que promete uma matéria que não é aquela e vice-versa. (2009, p.87).

---

<sup>5</sup>“O termo diagramação é resultante da palavra *diagrama*, do latim *diagramma*, que significa desenho geométrico usado para demonstrar algum problema, resolver alguma questão ou representar graficamente a lei da variação de fenômeno”. (SILVA, 1985, p.41).

Visto essa nova necessidade do mercado de comunicação impresso, o jornalista para publicar as matérias precisa estar preparado com noções de diagramação, ou seja, ele deve saber vender visualmente o seu texto. Em uma entrevista realizada com diagramadores no jornal *Gazeta do Povo*<sup>6</sup>, localizado na rua Pedro Ivo nº 459 Curitiba/PR, no dia 23 de outubro de 2013, pode se perceber essa necessidade na área do jornalismo.

Oswalter Orbinatto Filho (2013), é responsável em diagramar a capa do jornal. Ele conta que todos os dias é feita uma reunião de pauta que agrega a equipe de diagramação. Nessa reunião é estruturada a capa do jornal, os fotógrafos também participam. Muitas vezes o editor ou o jornalista responsável pela matéria expõe um esboço do que imagina para a capa. Normalmente o jornalista que tem a matéria na capa acompanha o processo de diagramação até o final.

Dino Tezoli (2013) é coordenador geral da diagramação da *Gazeta do Povo* e responsável pela diagramação do Caderno G<sup>7</sup>. Ele conta que a diagramação no Caderno G é feita com um pouco mais de tempo, por isso ele consegue desenvolver uma linguagem visual casada com o texto. A comunicação entre a equipe de diagramação e os jornalistas tem que ocorrer sempre, pois nem sempre a diagramação consegue ler o texto e filtrar o ponto chave da matéria. Ele afirma: " já enfrentei alguns problemas com jornalistas recém formados. No começo eles têm dificuldade de imaginar o seu texto visualmente, o que dificulta o trabalho até na estruturação de títulos (TEZOLLI, 2013)." Na redação Dino comenta que muitos jornalistas, depois que começam a compreender um pouco de diagramação, acabam migrando para área do *design*. O que se torna uma contradição, pois segundo a Regulamentação da Profissão de Jornalista Lei Nº 83.284/79 que dá nova redação ao Decreto-lei nº 972/69, a atividade de diagramação está prevista como uma atividade de jornalista:

Art. 2º - A profissão de Jornalista compreende, privativamente o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

[...] IV - planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de Jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada; [...]

Art. 11- As funções desempenhadas pelos jornalistas, como empregados, serão assim classificadas:

XI - Diagramador: aquele a quem compete planejar a executar a distribuição gráfica de matéria, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação. Parágrafo único. Os Sindicatos serão

<sup>6</sup> O jornal *Gazeta do povo* é de circulação diária, sediado na cidade de Curitiba no Paraná, com alcance de 440 mil leitores semanais.

<sup>7</sup> Editoria do gênero de jornalismo cultural que é anexo no jornal *Gazeta do Povo*. Nos finais de semana ele possui um número maior de páginas por trazer parte da programação cultural de Curitiba. Conhecido por ter uma diagramação livre, com grande aproveitamento de espaço para fotos, etc.

ouvidos sobre o exato enquadramento de cada profissional. (BRASIL, 1979).

Por Lei, o jornalista não precisa migrar para outra área de atuação para exercer a diagramação, essa atividade deve ser ensinada na formação acadêmica, para que consiga, em sua rotina de trabalho, exercitar a atividade da diagramação, ou consiga opinar sobre disposições textuais, etc.

Silva defende que com a harmonia de todos os elementos gráficos de uma página impressa, pode-se definir a diagramação:

[...] como sendo a atividade de coordenar corretamente o material gráfico com o material jornalístico, combinar os dois elementos com o objetivo principal de persuadir o leitor. O gráfico orientando o texto e vice-versa. (1985 p. 42).

Visto a importância da atividade, torna-se evidente que a relação entre jornalismo e diagramação é necessária na rotina dos meios de comunicação impressos, tanto que na maior parte da formação acadêmica do bacharel de jornalismo, o estudante conta em sua grade curricular, com aulas com noções de diagramação para que consiga dar os primeiros passos em sua carreira ou em sua vida acadêmica.

Porém, em uma pesquisa desenvolvida no período de 20 de outubro de 2013 a 3 de novembro de 2013, utilizando o método de pesquisa de opinião, que consiste em utilizar a linguagem matemática para descrever as características do objetivo de estudo (SANTOS; MOLINA; DIAS, 2007), aplicada aos alunos de 5º à 8º período de Jornalismo no Centro Universitário UNINTER em Curitiba/PR e com alunos recém-formados no curso, foi constatado que 75% dos entrevistados têm dificuldade em diagramar suas matérias, e 76% acredita que diagramação é uma atividade jornalística.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A revista *Past-up* passou por etapas na elaboração do projeto. A primeira etapa foi à definição do público-alvo, em que foi possível perceber as necessidades e critérios que a revista deveria procurar atender.

Ao todo foram entrevistadas 51 pessoas de um total de 85. O questionário foi distribuído via *e-mail* e *Facebook* e estruturado *online* pela plataforma do *Google Docs*<sup>8</sup>. Chegou-se ao resultado de que os alunos e recém-formados em jornalismo saem da faculdade sem conhecimento suficiente para diagramar suas matérias de veiculação

---

<sup>8</sup>É um pacote de aplicativos fornecido gratuitamente pela *Google*, pelo qual pode-se editar textos, planilhas e formulários. Os resultados de pesquisas desenvolvidas nos aplicativos podem ser migrados para o pacote *office*.

impressa. O que é um problema, pois a grande saída para os veículos de comunicação impressa é a diagramação, ou seja, eles não estão preparados para a venda visual do próprio texto.

Após a pesquisa foi constatado que há uma carência de revistas na área de diagramação. Além disso, foram encontrados leitores interessados em informações sobre essa área, que após os argumentos levantados no decorrer deste trabalho fica evidente que a diagramação é essencial para o ramo jornalístico, principalmente com a nova realidade do jornalismo impresso, que sofre uma crescente disputa com a internet.

É dentro do recorte de convergência de um veículo impresso para formato digital que foi criada a revista *Past-up* (hospedada no site *Issuu*, no endereço [http://issuu.com/pastup/docs/past\\_up\\_n1](http://issuu.com/pastup/docs/past_up_n1)), com a finalidade de informar e enriquecer o conceito de diagramação e associação com o texto, tendo seu conteúdo voltado para alunos e profissionais recém-formados em jornalismo. No nicho pesquisado, 96% dos pesquisados sentem a necessidade de uma revista com o foco editorial voltado para assuntos de diagramação.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo de produção da revista foi dividido em criação do projeto gráfico, definição do *layout*, definição da marca, proposta de capa, definição de palheta de cor, teste de tipografia, definição de seções e texto, alinhamento da linha editoria da revista.

O nome da revista é uma homenagem ao primeiro método de diagramação, baseado em colagens:

Hoje, existe uma profusão de cursos, livros e revistas especializados em *design* gráfico. Após a chegada dos computadores as redações e com a manipulação dos cursos de *design*, os profissionais da área passaram a ter uma formação específica. Até então, a formação das equipes de arte, na imprensa, se dava na prática, muitas vezes na velha mesa de *past-up*, antiga técnica de colar letras e fotos em diagramas de papel. (SACALZO, 2008, p. 68).

Dessa forma, a revista a *Past-up* consegue já em seu nome propor ao leitor uma suposição dos assuntos que trata em suas edições, no caso diagramação, pois o nome pode lembrar essa atividade. Além de um nome bem específico, a *Past-up* procura estabelecer com os leitores uma missão editorial que, de acordo com Ali, "é fio condutor, o que mantém o editorial nos trilhos, um guia longo da existência da publicação." (2009, p.46). A missão ou filosofia editorial é mostrar em suas matérias a importância do *design*, diagramação, cores e imagens quando aliadas ao texto jornalístico. Fugindo de termos

técnicos, normas, medidas, etc; mas com simplicidade, conseguir dar dicas de *layout* e diagramação para um aluno que irá escrever sua primeira matéria e irá diagramá-la, para que ele consiga despertar o interesse de seu leitor não só pelo tema abordado, mas visualmente. Ou seja, o jornalista que escreve uma matéria para um jornal ou revista impresso, o objetivo é que com o conteúdo de cada edição da *Past-up*, enriqueça-o, para que ele saiba como vender a matéria visualmente para os leitores ou solicitar isso à diagramação. Dapieve defende o cuidado que se deve ter nas publicações impressas com o visual dos textos:

Os textos podem e devem refletir o seu tempo de elaboração, a diagramação, a fotografia e a ilustração precisam ser auto-evidentes como resultado de um esforço deliberado para que aquele produto seja tão agradável de olhar quando de ler. (2002, p.111).

Esse cuidado na elaboração tanto textual quanto visual de textos impressos reforça a importância da missão editorial da revista. Assim a missão editorial da *Past-up* procura cumprir uma das funções do formato revista, praticando a prestação de serviços. O foco dela não é dar um furo de reportagem, e sim ajudar seu leitor a desenvolver um olhar mais apurado para a disposição de elementos visuais dos meios de comunicação impressos, aplicados por meio da prática da diagramação.

A forma de diagramação vem mudando gradativamente, não só o método, mas forma de dispor o texto, pois o leitor quer interagir com a notícia independente da forma que ela esteja exposta, conforme já dito anteriormente. A informação impressa ou *online* deve ser apresentada ao leitor de forma a atraí-lo e prendê-lo à informação. A forma de distribuição da revista em *ePub* tem função de facilitar a leitura de seu público-alvo.

A partir dessa mudança no hábito do consumidor propõe-se a revista em formato digital, atendendo a demanda do público alvo de 82%, os quais afirmam que uma revista em formato digital facilitaria a leitura no dia-dia. Além disso, o custo de produção e distribuição da revista em uma plataforma *online* é bem menor, comparado a uma produção e veiculação impressa.

Na estrutura visual da *Past-up* procurou-se aliar técnicas de *design gráfico* para revistas de diagramação para materiais impressos, mas com adaptações para aplicação *online*. Entende-se que, independente da plataforma, o projeto gráfico deve suprir as necessidades de uma revista

O projeto gráfico da *Past-up* foi desenvolvido com base no formato de revista com adaptações para a plataforma *online*, possibilitando suporte gráfico para articular diferentes

informações, matérias, fotos, vídeos, *hyperlinks*. O conjunto de todos os elementos tem a finalidade de despertar o interesse do público-alvo, seguindo os princípios básicos de um projeto gráfico, segundo Tavares e Schwaab devem ser “por princípios de legibilidade, ritmo, harmonia e coerência visual”. (2013, p. 209).

Após finalizar a construção dos textos e diagramação da *Past-up*, é gerado um PDF, o qual é submetido à plataforma *Issuu*. Nessa plataforma a revista foi hospedada no pacote gratuito (*free*). O *Issuu* possibilita integração em sites e redes sociais, possibilitando os leitores acesso por meio de redes sociais.

Após a divulgação da revista via *Facebook*, é possível acompanhar o número de visualizações da revista por meio da plataforma, que *Issuu* oferece dados para ter controle do número de acessos. Esse recurso possibilita o controle de leitura e acesso à revista, dessa maneira é possível ter um retorno de alcance da publicação.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Mcluhan (1964) em seus estudos da evolução dos meios de comunicação, já previa há muito tempo as inter-relações entre os novos meios e antigos meios de comunicação. E o objetivo dessa pesquisa e produção da revista *Past-up* foi mostrar essa inter-relação com a internet e os veículos de comunicação impressos. Mostrar que os veículos de comunicação impressos estão buscando recursos visuais para disputar espaço no mercado. Esse recurso visual está sendo procurado muitas vezes na diagramação. Com a pesquisa opinativa aplicada aos alunos e recém-formados em jornalismo, e a entrevista com os diagramadores da *Gazeta do Povo*, pode-se perceber que existe uma grande dificuldade em se compreender conceitos básicos de diagramação e que esse desconhecimento prejudica a publicação de matérias impressas.

Nesse sentido há uma demanda de mercado voltada para assuntos de diagramação. Ou seja, uma demanda para um segmento que se encaixa no jornalismo utilitário, especificamente no formato de serviço. E, para suprir essa nova demanda, o formato revista se encaixou perfeitamente, pois a revista possui uma espécie de contrato de comunicação. Conforme abordado anteriormente, esse contrato de comunicação só acontece quando existe a desinformação por algo, no caso a desinformação sobre assuntos de diagramação.

Porém, a revista tradicionalmente é impressa, e o custo da veiculação da revista se tornaria inviável, pois o público-alvo é acadêmico e pós-acadêmico, já possui grandes gastos com livros e materiais didáticos, o que prejudicaria a venda da revista. Além disso, na pesquisa de opinião o público-alvo apontou que o formato digital ou *online* facilitaria na

leitura do dia-a-dia. Por esses fatores, decidiu-se atender essa demanda de mercado no formato revista, porém *online*, tendo em vista que o público ao qual a revista se destina está familiarizado com esse tipo de plataforma.

Com o desenvolvimento da *Past-up*, foi possível conhecer novos rumos da diagramação. Além de se obter experiência em produzir matérias para uma revista *online* que fala sobre diagramação no impresso. A *Past-up* não é uma proposta de solução definitiva para o problema encontrado, mas ela é uma tentativa de ajudar, de abrir olhares, ao mesmo tempo ensinar a quem está produzindo a mesma. Ela tenta propor um novo jeito de ver o jornalismo, mostrando que não basta analisar os recursos textuais, mas é preciso perceber a linguagem visual de uma matéria impressa.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BRASIL. Lei nº 83.284/79, 13 de março de 1979. Regulamentação da profissão de jornalista. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Disponível em: [http://adelmoeaurenice.br.tripod.com/jornalismo/regulamentacao\\_da\\_profissao.htm](http://adelmoeaurenice.br.tripod.com/jornalismo/regulamentacao_da_profissao.htm). Acesso em: 10/11/2013.

COLLARO, Antônio Celso. **Projetográfico teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (org) et al. **Deu no jornal**. O jornalismo impresso na era da internet. Rio de Janeiro; Editora PUC Rio/ Edições Loyles, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MCLUHAN, Marchell. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. Contexto: São Paulo, 2009.

SANT'ANA, Lourival. **O destino do jornal**: a Folha de S. Paulo, O Globo e o Estado de S. Paulo na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS; MOLINA; DIAS. **Orientações e dicas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Ibpe, 2007.

SCALSO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2009.

SILVA, Rafael. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

TAVARES Frederico; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

Lista de entrevistas condicionadas a Letícia Silva Ferreira para realização da pesquisa:

TEZOLLI, Dino. Curitiba: 2013.

FILHO, Oswalter Orbinato. Curitiba: 2013.