

**Ser: Suplemento Jornalístico Temático, Cuja Primeira Edição Aborda a
Homossexualidade em Petrolina-PE¹**

Catharine Oliveira MATOS²

Márcia Gabriella Dantas de MOURA³

Céres SANTOS⁴

Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

RESUMO

Despir simulacros, derrubar estereótipos, caracterizando a real essência. Esta é a definição do verbo ‘ser’, que, como tal, foi escolhido para nomear o presente suplemento jornalístico temático destinado para jornal. A intenção do *Ser* é fazer jus ao seu significado, retratando, através de produções jornalísticas mais elaboradas, os diversos âmbitos sociais, mesclando objetividade, literatura e criatividade. A ideia é agregar à nomenclatura outra palavra que individualize o assunto abordado em cada edição. E foi assim que surgiu o *Ser Guei*, para a primeira publicação, com o objetivo de relatar o universo homossexual de Petrolina-PE. O suplemento é em formato tabloide americano, com 12 páginas e foi encartado na edição do dia 2 de fevereiro de 2013 no jornal *Gazzeta do São Francisco*, sediado no município. Ousadia necessária e pioneira no Vale do São Francisco.

PALAVRAS-CHAVE: homossexualidade; Petrolina; pioneira; ser; suplemento.

1 INTRODUÇÃO

A ideia de produzir um suplemento jornalístico, intitulado *Ser*, surgiu com o objetivo de abordar temas sociais relevantes no município de Petrolina-PE, de maneira mais aprofundada, fugindo do tradicionalismo do jornal diário. O suplemento foi resultado do Projeto Experimental do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), de Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios, da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), defendido no dia 10 de janeiro de 2013. Sendo assim, a homossexualidade no município é a pauta da primeira edição, tendo o nome *Ser Guei*. Vale ressaltar que, conforme a temática escolhida, o segundo nome complementar será modificado, caracterizando o assunto discutido em cada edição.

É sabido que a produção jornalística hoje - seja para impresso, TV, rádio ou *on-line* – requer velocidade. Diariamente, os *media* fazem a cobertura, principalmente, dos

¹Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade jornal-laboratório impresso (avulso)

²Líder. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios pela Universidade do Estado da Bahia, email: cath_s_mattos@hotmail.com

³Graduada em Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios pela Universidade do Estado da Bahia, email: mouragabriella@gmail.com

⁴Orientadora responsável. Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo em Multimeios na Universidade do Estado da Bahia, email: ceresantos@bol.com.br

acontecimentos chamados factuais. Para tanto, a exclusividade pelo fato é um quesito importante neste âmbito profissional; é o chamado “furo” jornalístico, que os veículos comunicacionais almejam com o intuito de dar a notícia em primeira mão.

Nesse contexto de exclusividade e instantaneidade da notícia, característica essa última adquirida, principalmente, pela mídia *on-line*, as produções jornalísticas se resumem, em sua maioria, ao *lead*, proporcionando ao leitor a notícia simples e objetiva. Diante do exposto, no entanto, há a elaboração de cadernos especiais e suplementos, já que são produções jornalísticas que proporcionam "maior liberdade para aprofundar temáticas relevantes, seja por caráter histórico, atual ou inusitado". (ROCHA, 2006) O intuito é discutir assuntos de relevância pública, com maior profundidade, que não são veiculados diariamente pela mídia.

A partir dessa perspectiva de aprofundamento das matérias, que muitas vezes requer o teor literário para sair do tradicionalismo diário, escolhemos a homossexualidade como temática para a primeira edição. A escolha designa-se à realidade vivenciada pelos que compõem o universo *gay*, já que muitos ainda vivem à margem da sociedade, são estereotipados, violentados e despidos de sua verdadeira essência. Outro fator diz respeito à luta cada vez mais acirrada pela conquista dos Direitos Humanos, que são retratadas, vez ou outra, pela mídia – devido às mobilizações.

Para tanto, a ousadia tornou-se necessária para divulgar, através de matérias, reportagens, charge, *box* e fotografias, o universo *gay* nos mais variados âmbitos sociais, em assuntos pertinentes como incômodo social, *bullying*, mercado de trabalho, relacionamentos, novas constituições familiares, Direitos Humanos e entretenimento voltado para a temática. Assuntos esses que muitas vezes são estereotipados ou mitificados pela sociedade na qual estamos inseridos.

Voltado para todos que tem o hábito de ler jornais impressos e também para estimular a sua prática na região do Vale do São Francisco, o *Ser Guei* apresenta um conteúdo que oscila entre o jornalismo e a literatura, de modo que proporcione ao leitor uma leitura agradável. Além disso, procuramos aliar ao conteúdo uma harmonia visual com os elementos gráficos distribuídos em 12 páginas.

Devido a nossa proposta pioneira na região, e levando-se em consideração a existência de um jornal para encartar um suplemento, após contatos com a direção do jornal *Gazeta Do São Francisco*, localizado em Petrolina-PE, e sabendo da sua responsabilidade social com a verdade e com a informação, a edição *Ser Guei* foi aceita para circular

juntamente com o periódico, sendo veiculados 200 exemplares na edição do dia 2 de fevereiro de 2013.

2 OBJETIVO

O objetivo geral consiste na produção de um suplemento temático para jornal, na cidade de Petrolina-PE, que aborda temas sociais. Dessa maneira, podemos elucidar os objetivos específicos: mostrar para o público, através de produções jornalísticas, textos mais elaborados e aprofundados sobre assuntos sociais diversos, de modo que aborde, de maneira criativa e diferenciada, assuntos importantes e relevantes para a sociedade.

Nesta primeira edição, outro intuito é retratar para o leitor o universo homossexual de Petrolina-PE; abordar o universo *gay* nos mais variados âmbitos sociais, em assuntos como incômodo social, mercado de trabalho, relacionamentos, *bullying*, novas constituições familiares, Direitos Humanos e entretenimento voltado para o assunto. Além disso, colaborar com a redução dos estereótipos, preconceitos e da violência que recaem sobre o grupo; divulgar as últimas discussões sobre a temática no Brasil e no mundo, além de incentivar a leitura de jornais na região.

3 JUSTIFICATIVA

Com o objetivo de reformular as composições dos jornais, atualmente, as editorias estão sendo organizadas em suplementos e cadernos; mudanças essas são incorporadas por vários jornais impressos do país, como o *Diário de Pernambuco* e *Jornal do Commercio*, o jornal *A Tarde* (Bahia), *O Globo* (Rio de Janeiro), entre outros. Com temáticas específicas, eles são fascículos de encadernação separada e publicados junto com o jornal, mas com periodicidade específica, comumente semanal ou mensal. Para Rocha (2006):

Os suplementos encartados nos jornais diários abrigam um grupo de notícias que se transformam em jornais à parte, como se fossem anexos do jornal matriz. Trata-se de um produto jornalístico que trabalha com material informativo especializado, que normalmente não conquista espaço nas edições diárias dos veículos (...) (ROCHA, 2006, p.2)

Por sua vez, esses suplementos têm características específicas, que exigem cuidados maiores. Reportagens especiais, detalhadas, fotografias e equipe qualificada, são elementos essenciais para a produção de um bom suplemento, visando a elaboração de um assunto específico que chame a atenção do público-leitor para o qual o produto será destinado.

Tendo como fundamento o pensamento de Rocha (2006), a escolha pela homossexualidade justifica-se nos rótulos, estereótipos, discriminação, mobilizações, conquistas, violência e discussões rasas da temática pela mídia, principalmente a local. Além disso, por acreditarmos que para desenvolver um trabalho é preciso ter afinidade com o tema, o lado pessoal também pesou na escolha da homossexualidade.

Descobrimo a minha verdadeira essência em 2012, eu, Catharine Matos, *gay*, sinto-me incomodada com o universo fantasioso – obscuro e estereotipado - que os “outros” criam da comunidade homossexual. Sendo assim, a preferência pela temática justifica-se na minha vontade de querer mostrar que nós somos pessoas absolutamente normais, dignas, que trabalhamos, amamos e vivemos como qualquer outro ser humano.

Por outro lado, equilibrando a balança, com o respeito e a sensatez, ainda que não seja “acostumada” com o mundo *gay*, eu, Gabriella Moura, hétero, encarei a proposta da minha dupla como um verdadeiro desafio jornalístico. Dessa maneira, posso afirmar que não houve comprometendo no desenvolvimento do trabalho.

Além das justificativas acima citadas, a ausência de suplementos nos jornais comercializados na região e poucas discussões sobre a temática pelos veículos de comunicação locais, também foram pontos relevantes para a realização deste produto, ao mesmo tempo em que fomos movidas pela opção pessoal. Antes de decidirmos a escolha da temática para o TCC, já sabíamos que seria a mídia impressa, já que defendemos a notícia no papel e acreditamos em uma melhor percepção visual, mobilidade e praticidade.

Para dar consistência ao nosso produto, também realizamos, inicialmente, uma pesquisa de campo, através da aplicação de 300 questionários. O intuito era saber a receptividade dos petrolinenses acerca da existência de um suplemento jornalístico temático local (80% - BOM), como também sobre o assunto da primeira edição (49% - BOM). Confirmando as nossas expectativas, principalmente com esses dois questionamentos, justificamos a ousadia necessária do *Ser Guei*.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

De acordo com Santaella (2001, p.186), os procedimentos metodológicos é a etapa “fundamental para que o pesquisador esteja consciente do tipo de pesquisa que está realizando, pois desse tipo dependerão os regramentos metodológicos a serem utilizados”. Com base nessa afirmação e visando a produção de um suplemento temático jornalístico, com a primeira temática referente à homossexualidade em Petrolina-PE, foi necessária, inicialmente, uma pesquisa de campo.

Durante os dias 9 e 10 de novembro de 2012 foram aplicados, no centro do município, 300 questionários, que correspondem a 0,01% da população, para mapear a receptividade de um suplemento temático local, com a primeira temática sobre a homossexualidade, por parte da população. Dessa forma, o questionário utilizado foi padronizado e uniformizado, com perguntas fechadas e abertas, como um método de coleta de dados de uma pesquisa quantitativa. Segundo Dias (1999, p.16), este tipo de pesquisa “normalmente se mostra apropriada quando existe a possibilidade de medidas quantificáveis de variáveis e inferências a partir de amostras de uma população”.

A partir do uso de questionários foi feito o uso da amostragem probabilística, em que a seleção é aleatória de tal forma que cada elemento da população tem uma probabilidade conhecida de fazer parte da amostra. Dentre os tipos de amostragens probabilísticas existentes, a utilizada caracteriza-se como sendo Amostragem Aleatória Simples (AAS), na qual o método se fundamenta no princípio de que todos os membros de uma população têm a mesma probabilidade de serem incluídos na amostra. (DIAS, 1999).

Ao nosso produto também coube o uso da pesquisa qualitativa que, de acordo com Bradley (1993, p. 435), neste tipo de pesquisa o “pesquisador é um interpretador da realidade”. Sendo assim, gravações ou transcrições de entrevistas, dados com maior riqueza de detalhes e profundidade, ou seja, o uso da comunicação e observação, entre outros exemplos, são classificados como dados qualitativos. (PATTON, 1980)

O questionário em questão foi estruturado com 14 questões objetivas, sendo uma aberta. As perguntas formuladas tiveram o intuito de mapear três áreas específicas: características pessoais; características referentes ao grau de informação da população; características referentes à implantação do suplemento temático local e sobre sua primeira edição.

A partir da aplicação dos questionários e da análise de dados e resultados, o próximo passo foi a elaboração das pautas tendo como base os assuntos mencionados anteriormente. Para tanto, para “dar vida” às pautas, a nossa técnica de trabalho consistiu, principalmente, na arte de realizar entrevistas do tipo semi-abertas. Segundo Trivinos (apud DUARTE, 2006, p.64), esse tipo de entrevista “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam a pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante”.

Com as entrevistas coletadas, fizemos as transcrições e produzimos o conteúdo desta edição, a partir dos gêneros jornalísticos: matéria, reportagem, perfil, ensaio fotográfico e entrevista *ping-pong*. Nesse sentido, é válido fundamentar os gêneros jornalísticos que abordamos no suplemento.

A reportagem, segundo Lage (2005), não se refere apenas a uma estruturação de dados para compor o *lead* da notícia. No referente gênero, há uma consonância entre a informação e o relato minucioso do acontecimento. Ainda de acordo com o autor, “a reportagem difere da notícia porque esta, sendo comumente o rompimento ou mudança na ocorrência normal dos fatos, pressupõe apresentação bem mais sintética e fragmentária”. (LAGE, 2005, p.112-113).

Nas palavras de Sodr e e Ferrari (1986), a reportagem ainda pode ser de fatos (*fact-story*), de a o (*action-story*) e documental (*quote-story*). Esse g nero jornalístico foi utilizado na maioria das pautas, já que nos identificamos com notícias mais elaboradas, com doses literárias, com o intuito de tornar a leitura prazerosa e não enfadonha.

Dentre os formatos que utilizamos no suplemento têm também está o ensaio fotográfico. A inser o deste recurso tem o intuito de informar sobre a temática através da fotografia. Segundo Perischetti (2000, apud FIUZA e PARENTE: 2008, p.167), o ensaio fotográfico surgiu com o editor Lucien Vogel e a Revista Vu, em Paris, e está intima e diretamente ligado ao jornalismo. No Brasil, o ensaio fotográfico surgiu a partir da Revista Cruzeiro e consiste em contar uma história com unidade entre as imagens, sem redundância, já que cada foto traz uma nova pose ou revela uma nova nuance.

Na entrevista *pingue-pongue* há uma rela o discursiva entre o entrevistador, editoria, entrevistado e leitor, pois a fun o interativa estabelecida em qualquer entrevista jornalística   uma publica o em coautoria que deve trazer algo de novo sobre o entrevistado. (BONINI, 2000). Por fim, o perfil foi outro g nero abordado no suplemento. Diferente do jornalismo diário, que obedece aos *leads*, *subleads* e “ganchos”, propagando, assim, notícias enxutas e objetivas, o perfil, de acordo com Boas (2003), tem como característica a liberdade literária, podendo o autor colocar suas impressões acerca do perfilado e o que mais achar conveniente.

Gestos, conversas, detalhes do ambiente, expressões faciais; revelar os bastidores da matéria tanto quanto as percep es pessoais do autor sobre o personagem; usar o foco narrativo em primeira pessoa, diálogos, descri es minuciosas, reconstitui es do momento etc são características de um perfil. (BOAS, 2003, p.10-11)

5 DESCRI O DO PRODUTO OU PROCESSO

Para o processo de construção do *Ser Guei*, além das leituras mencionadas anteriormente para a elaboração do conteúdo, foi também preciso embasamento teórico em relação ao papel do jornalismo como forma de conhecimento, tendo como autor principal Eduardo Meditsch; saber a trajetória do jornalismo impresso no Brasil e as novas tendências do segmento, com destaque para Sibila Rocha, Nelson Werneck Sodré, Marco Morel, entre tantos outros. Sobre a homossexualidade, destacam-se Luiz Mott, Foucault, Zanatta e dados estatísticos de associações que trabalham em prol dos Direitos Humanos dos homossexuais, a exemplo do Grupo Gay da Bahia (GGB), primeiro grupo neste segmento fundado no Brasil.

Com a bagagem teórica, as produções jornalísticas que compõem o suplemento foram organizadas em seções específicas: *Um casal gay incomoda muita gente...* Como o título já menciona, esta reportagem, que está inserida na seção *Sociedade*, na página 3, tem o intuito de mostrar o incômodo social que ainda existe quando héteros presenciarem relacionamentos homoafetivos. Na sequência, está *Você é ideal para a vaga, MAS é homossexual*. Ser gay pode proporcionar uma barreira social na hora de procurar um emprego. E foi com essa vertente que criamos a reportagem que faz parte da seção *Mercado de Trabalho* na página 4. Ainda nessa página, temos o *box* que esclarece a profissão de *Drag Queen*.

Quando a homossexualidade causa bullying no ambiente escolar? Essa é a reportagem seguinte que está inserida na seção *Sala de aula*, página 5. Debatida atualmente, a temática tem o objetivo de mostrar o conceito do *bullying*; dados estatísticos de violência (homofobia); relatar como a prática pode afetar a vida da vítima; o papel do psicólogo; da escola e da assistência social. *De frente com o Presidente do “Xerife gay do Brasil”* contempla outro gênero que é utilizado no *Ser Guei* - a entrevista *ping-pong* - na seção de mesmo nome, nas páginas 6 e 7, tendo como personagem o presidente do Grupo Gay da Bahia (GGB), Marcelo Cerqueira. Como gancho da entrevista, regionalizamos com uma matéria – *Petrolina Caminhando Contra o Preconceito* - que aborda as ações da Associação Movimento da Parada da Diversidade Sexual, de Petrolina, que tem como presidente Alzyr Saadehr.

O reconhecimento do amor gay. A intenção da pauta, inserida na seção *Amor, Ect e Tal*, na página 8, é mostrar a conquista dos Direitos Humanos pelos casais homoafetivos, tendo como parâmetro a legalização da união estável e do casamento civil no Brasil, ainda que não seja unanimidade em todos os estados. A outra vertente do assunto –

relacionamento amoroso – diz respeito aos amores líquidos, que vão de encontro com as histórias dos casais mencionados, localizado no *box*. Efêmeros e passageiros, muitos ainda optam por esse tipo de relacionamento.

MEU filho é gay! E agora? Reportagem inserida na seção *Convivência Familiar*, que está na página 9, contempla histórias de vida e o posicionamento da psicologia perante o convívio familiar. Essa foi outra reportagem que surgiu após conversas com público *gay*, que sente falta de pautas com essa temática. Na página 10, seção *Ensaio Fotográfico* contém *Petrolina além do arco-íris*, com fotos da 3ª Parada da Diversidade Sexual de Petrolina, ocorrida no dia 11 de novembro de 2012. A intenção é mostrar que não somente *gays* vão às ruas lutar pelos seus direitos, como também suas famílias, crianças, idosos e aqueles que abraçam a causa. São fotos em plano-americano, *close*, plano-médio e plano aberto. Priorizamos as fotos coloridas para dar melhor nitidez às imagens.

Mulher com H é o título do perfil localizado na página 11, na seção *Vale a pena saber*. O texto relata a história de vida de Dalila, travesti, que ganha a vida em Petrolina vendendo o próprio corpo. A literatura se fez presente para tornar a leitura mais gostosa. Ainda na mesma página e seção, a adoção não poderia deixar de ser um tema a ser tratado nesta 1ª edição. A matéria mostra os processos legais para adotar uma criança com o caráter de situar o leitor sobre a realidade de Petrolina-PE para realizar a ação. Finalizando a nossa mancha gráfica da lauda, colocamos indicações de *points* do município onde frequentam os homossexuais, além de indicações de filmes e séries com a temática específica. Uma maneira de descontrair e entreter o leitor.

Sendo assim, todo o conteúdo e recursos gráficos são distribuídos em 12 páginas, no formato tablóide americano (26 X 36 cm), com margens internas de 1,5 cm, folha do tipo A2, já que possibilita ao leitor uma leitura agradável e é de fácil portabilidade. Nas páginas, o texto é distribuído em três colunas, com espessura média de 7,4cm, que são preenchidas pela letra *Aubrey* (fonte sem serifas, com espessura não uniforme, escolhida por proporcionar a seriedade e leveza necessárias ao perfil do produto).

Justificado, vale mencionar que todo o corpo do texto foi padronizado para o tamanho 10 pt. Já os títulos e subtítulos não seguem um tamanho padrão de fonte, justamente para proporcionar um layout mais leve e jovem, sem muita rigidez. As imagens e os designs gráficos - janelas, *box's*, olhos, charge – como também as cores, estão colocadas de maneira *clean*, para não provocar no leitor cansaço e poluição visual.

A diagramação do suplemento *Ser Guei* foi estruturada sob uma proposta mista entre jornal e revista impressos. Se, por um lado, há uma disposição mais despojada e criativa das imagens que ilustram as matérias, por vezes ultrapassando os limites da mancha gráfica interna da página – o chamado “sangramento de imagens”, característica comum ao *layout* de revistas –, por outro lado, a uniformização de fontes, a distribuição das colunas e as informações do cabeçalho.

Destacamos, também, as fotos da capa e contracapa. Na primeira página colocamos o modelo segurando o guarda-chuva e com o céu ao fundo, o que remete a liberdade do ser humano. As cores, por sua vez, indicam o colorido do arco-íris, que compõem a bandeira do movimento *gay*. Sem represálias de religiões, o ser humano é livre para se expor e assumir a sua verdadeira essência, independente de raça, credo ou sexualidade. Na contracapa, composta por héteros e homossexuais, o intuito foi mesclar as identidades sexuais, de modo que mostre a igualdade enquanto ser e prevaleçam, sobretudo, os Direitos Humanos.

6 CONSIDERAÇÕES

Diante do conteúdo exposto, todas as discussões explanadas foram de suma importância para a elaboração do suplemento *Ser*, tendo como foco a primeira edição sobre a homossexualidade. De acordo com a proposta inicial – o *Guei* foi escolhido para abrigar a palavra, *gay*, que é americana, justamente para “abrasileirar” o universo que compõe a população petrolinense. Para tanto, procuramos, da melhor maneira, com uma linguagem leve, literária e com elementos visuais agradáveis, mostrar de forma coesa e fidedigna, através dos assuntos abordados, o “preto no branco” de “vidas coloridas” de Petrolina-PE.

Destarte, vale mencionar que não tivemos problemas na construção desta primeira edição, já que contamos com a ajuda de estudiosos, profissionais das áreas do suporte quanto da temática, personagens e amigos, que também propuseram pautas a nós, tudo com muita consonância e harmonia. Assim, na construção do *Ser Guei*, convivemos, aprendemos e, sobretudo, passamos a respeitar, ainda mais, o outro.

Além disso, ressaltamos o ineditismo e a ousadia em propormos a criação de um suplemento local temático, nunca elaborado pelas mídias do Vale do São Francisco e pelos discentes que passaram pela Universidade do Estado da Bahia. Portanto, torna-se evidente a nossa contribuição social, intelectual e jornalística para os estudantes da área – ou não – profissionais diversos, acadêmicos e para a sociedade. Com outros temas em futuras edições almejadas, o objetivo do *Ser* é fazer jus ao seu significado, despindo os assuntos

sociais em maior profundidade e de uma maneira criativa, chamando a atenção do público. A ideia é fazer com que o leitor sinta, deleite-se com as nossas produções, do início ao fim.

O *Ser* tem o intuito de tornar público, e com produções mais completas, temas que são de caráter social, que abarquem diversos âmbitos da sociedade, a fim de dar voz à minoria, a quem, por muitas vezes, é negado o direito de falar, de reivindicar, de se expor. A intenção do suplemento é aprofundar questões de caráter público, social, polêmico, que normalmente não são pautadas com veemência, a exemplo da homossexualidade, que por motivos internos e/ou externos, paralisam a essência do jornalismo de servir ao público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOAS, Sergio Vilas. **Perfis: e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

BONINI, Adair. **Entrevista por e-mail: pragmática de um gênero (des)conhecido ou problemas comunicativos na variação do gênero**. Revista de Letras, Fortaleza - CE, v. 22, n. 1/2, p. 5-13, 2000.

BRADLEY, Jana. **Methodological issues and practices in qualitative research**. Library Quarterly, 1993.

DIAS, Cláudia. **Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas**. Novembro, 1999.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de pesquisa em Comunicação**. (ORG.) 2º ed., São Paulo, Atlas, 2006.

FIUZA, Beatriz; PARENTE, Ana Luiza. **O Conceito de ensaio fotográfico**. Artigo Acadêmico, Londrina: 2008.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5ª Ed, Rio de Janeiro: Record, 2005.

PATTON, Michael Q. **Qualitative evaluation methods**. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.

ROCHA, Sibila. **Suplementos Jornalísticos e Universidade: Informação ou Imagem**. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acessado em: 19 de junho de 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.