

## Práticas e discursos midiáticos: a edição de um livro digital<sup>1</sup>

Luiza Betat CORRÊA<sup>2</sup>  
Marina MACHIAVELLI<sup>3</sup>  
Marina Smidt MAINARDI<sup>4</sup>  
Thuyla Azambuja de FREITAS<sup>5</sup>  
Patrícia Milano PÉRSIGO<sup>6</sup>  
Adair Caetano PERUZZOLO<sup>7</sup>  
Fabiano MAGGIONI<sup>8</sup>  
Laura H. WOTTRICH<sup>9</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

### RESUMO

O livro digital *Práticas e Discursos Midiáticos representação, sociedade e tecnologia* é um trabalho desenvolvido por alunas do Curso de Produção Editorial da UFSM. Observando os contornos da sociedade atual, em que as formas de interação, representação e comunicação encontram-se atravessadas pela tecnologia, o livro no formato digital é também uma manifestação dessa transformação social. O projeto do referido livro ocorreu em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma universidade, tendo assim a produção científica dos mestrados como conteúdo e possibilidade de experimentação da editoração em laboratório.

**Palavras-chave:** tecnologia; editoração; livro digital; suportes; produção editorial.

### 1 INTRODUÇÃO

Pensar em produção editorial, nos dias atuais, é algo desafiador, pois, apesar da grande expansão do mercado do livro, vários são os fatores que estão transformando o

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Edição de Livro.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Produção Editorial, e-mail: [betatluiza@gmail.com](mailto:betatluiza@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Produção Editorial, e-mail: [marinamachiavelli7@hotmail.com](mailto:marinamachiavelli7@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Produção Editorial, e-mail: [nina-smidt@hotmail.com](mailto:nina-smidt@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Produção Editorial, e-mail: [thuyladefreitas@gmail.com](mailto:thuyladefreitas@gmail.com)

<sup>6</sup> Professora Substituta no ano de 2011, orientadora do paper e do trabalho. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: [patriciapersigo@gmail.com](mailto:patriciapersigo@gmail.com)

<sup>7</sup> Pós-doutor pela Universidad Autónoma de Barcelona, Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Orientador do trabalho no ano de 2011 e atua como professor no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM. E-mail: [acperuzzolo@gmail.com](mailto:acperuzzolo@gmail.com)

<sup>8</sup> Doutorando e Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Especialista em Marketing pela ESPM-Porto Alegre e graduado em Comunicação Social: Rádio, Tv e Vídeo pela Universidade de Passo Fundo (UPF). E-mail: [fabianomaggioni@yahoo.com.br](mailto:fabianomaggioni@yahoo.com.br). Orientador do trabalho no ano de 2011.

<sup>9</sup> Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), graduada em Publicidade e Propaganda pela mesma universidade. E-mail: [laura.wottrich@gmail.com](mailto:laura.wottrich@gmail.com). Orientadora do trabalho no ano de 2011.

modelo tradicional de editoração com o qual a sociedade acostumou-se. A base de destaque para essa mudança alceia-se nos avanços tecnológicos, principalmente os que possuem ênfase nas tecnologias de informação e comunicação. Segundo Castells (2003), essa mudança tecnológica levou a uma revolução informacional que tem a sua matéria prima no conhecimento. A difusão desse conhecimento amparada nas novas tecnologias torna-se uma prática social e leva ao desenvolvimento de avanços na editoração eletrônica, trazendo consigo conflitos entre as características da produção impressa e a produção digital. Entretanto, tem-se consciência de que

há algum tempo, o livro vinha sofrendo interferências no modo de ser e de se mostrar ao leitor. Muito de sua mudança física já vinha se configurando com o avanço das tecnologias de impressão e diagramação de páginas. Hoje, vemos o livro mudar de suporte ou mídia, e transformar-se em um novo corpo (SANTOS, 2003b, p.2).

Sodré (2002), Fausto Neto (2007) e outros teóricos chamam a atenção para uma alteração que é anterior ao surgimento de dispositivos e suportes de difusão de conteúdos simbólicos. A necessidade básica do ser humano de comunicar-se e, a partir de então, relacionar-se, desde a década de 1990 – quando a *world wide web* popularizou-se no mundo – encontra-se perpassada pela tecnologia. Sodré (2002) ainda afirma que existe uma nova humanidade atravessada por dispositivos eletrônicos, de tal sorte que estes chegam a tornar-se extensões do corpo físico das pessoas. Sendo assim, configura-se um panorama de transformação que, na área da editoração, não se faz diferente.

As rotinas produtivas da produção editorial são facilitadas e agilizadas pela presença de diversas ferramentas tecnológicas. Por outro lado, há um leitor que também modifica os seus hábitos de leitura, incluindo-se ainda uma distribuição de conteúdos que, alguns anos atrás, era atividade restrita das editoras. Nesse sentido, verificam-se avanços como os vários aparelhos desenvolvidos para propiciar a leitura digital. A popularização do *e-book* (*eletronic book*), denominação pela qual o livro digital também é conhecido, deu-se mesmo a partir do momento em que o formato PDF (*Portable Document Format*) configurou-se como a forma mais barata de fazer uma informação circular.

Nesse aspecto, pode-se visualizar o que Anderson (2006) chama de A Cauda Longa. O autor argumenta que, com a entrada da tecnologia na sociedade como um todo, a democratização das ferramentas de produção e de distribuição, observa-se um movimento de passagem do mercado de massa para um mercado de nichos diversos. Em relação ao cenário editorial, não há apenas os *Best Sellers*, mas também a produção e a circulação de

livros que atendem ao interesse de nichos de públicos. Para esses nichos, considerados pequenos grupos de interesse, o livro digital, da mesma forma, apresenta-se como uma opção de qualidade com custo reduzido. A rede de contatos entre os leitores passa a ser a força de ligação entre oferta e demanda, gerando um mercado mais amplo para os produtos e para os consumidores.

Outra questão que merece destaque é o barateamento de tecnologias que proporciona o armazenamento desses formatos, como os *smartphones* e microcomputadores. Conforme afirma Michael Hart, um dos idealizadores do Projeto Gutenberg<sup>10</sup>, a partir de pesquisas no mercado estadunidense, constatou-se que a leitura de um conteúdo em formato digital cresce mais que a de qualquer outro produto impresso; bem como no Brasil, o número de acesso a bibliotecas *online* mostra-se ascendente.

Esse *boom* que se constata na busca pelo conhecimento que teve início no mercado das publicações de livros em domínio público, hoje, contempla os mais variados meios e públicos, principalmente focados na construção e na produção de conhecimento científico. Os custos de manter publicações acadêmicas em formato impresso são cada vez maiores e, com o livro digital, apresenta-se uma relação entre editor, autor e distribuidor ainda a ser descoberta. No texto eletrônico, um produtor pode automaticamente ser o editor, permitindo que a difusão seja imediata,

pode-se juntar aqui a reflexão sobre a edição e a distribuição, já que, no mundo do texto eletrônico, tudo isso é uma coisa só. Um produtor de texto pode ser imediatamente o editor, no duplo sentido daquele que dá forma definitiva ao texto e daquele que o difunde diante de um público de leitores: graças à rede eletrônica essa difusão é imediata (CHARTIER, 1999, p. 16).

Além disso, a busca pelo suporte digital foi assinalada, recentemente, pelo fato de a *Britannica Inc.* anunciar o fim da publicação impressa da mais antiga enciclopédia em inglês do mundo, a Enciclopédia Britannica, para, agora, dedicar seus esforços à versão *online*<sup>11</sup>. Nessa questão, destaca-se ainda o fato do próprio anúncio da decisão da editora também ter sido realizado através da plataforma digital, com um *post* no blog da empresa.

No caso das editoras universitárias, talvez elas tenham sido as que mais sentiram essa transformação do impresso em digital, como afirma o relatório da consultoria norte-americana Ithaka, intitulado “University publishing in the digital age” (Editoras universitárias na era digital): o futuro das editoras universitárias é digital e a questão é como

<sup>10</sup> Projeto este que trabalha com livros em domínio público, onde os mesmos são transformados para o formato ASCII (codificação de caracteres) ou PDF (*Portable Document Format*) e disponibilizados no site do projeto. A aposta do mesmo é a ampliação da base de leitores de textos eletrônicos.

<sup>11</sup> BARIFOUSE, Rafael. **O papel das enciclopédias**. Revista Época, São Paulo, n. 722, p. 74 – 76, mar. 2012.

identificar oportunidades comerciais nesse novo ambiente (RODRIGO, 2008). Cada vez mais, os estudantes de universidades estão optando pelo consumo intelectual digital considerando dois motivos: o econômico, visto que muitos conteúdos podem ser encontrados através da internet e transportados com facilidade, assim como a interatividade do livro também pode ajudar na absorção do conhecimento e no ganho de tempo.

As questões apresentadas até aqui indicam que a difusão do livro digital tende a crescer cada vez mais ao longo dos anos, pois são grandes as vantagens da produção nesse formato e, com um público cada vez mais plural, o conhecimento torna-se enriquecido e mais democrático, uma vez que advém de tecnologias tão simples aos olhos do nosso cotidiano.

## 2 OBJETIVO

A produção deste livro digital teve início como um projeto na disciplina de Tópicos Especiais de Comunicação para o 1º semestre do Curso de Produção Editorial da UFSM. Dessa forma, inicialmente, teve-se o objetivo de proporcionar a experiência prática da editoração aos alunos matriculados na disciplina; e, logo após lançou-se o desafio da edição de um livro digital. Concomitante a essa disponibilidade do LAPPE<sup>12</sup>, o Programa de Pós-Graduação (POSCOM) da mesma universidade contava com uma larga produção científica de seus mestres e mestrados, mas, embora os trabalhos estivessem disponíveis na página virtual institucional do programa, a circulação desse conhecimento ainda estava restrita<sup>13</sup>.

Sendo assim, em um esforço conjunto de professores e alunos exerceram-se ações no intuito de integrar a demanda do Programa de Pós-Graduação com a oferta do LAPPE. Portanto, se, por um lado, havia o objetivo do trabalho na disciplina, por outro, também foi prevista a produção de um livro digital para facilitar e otimizar o acesso de alunos e pesquisadores às investigações e aos avanços no campo da comunicação midiática, apresentando várias perspectivas a respeito dela e, ainda assim, contribuindo na divulgação dos trabalhos de pesquisa realizados pela turma de 2009 do POSCOM para públicos e áreas afins. Acrescendo-se, além disso, a oportunidade da experiência prática em elaboração de livro digital aos alunos do Curso de Comunicação Social- Produção Editorial/UFSM.

---

<sup>12</sup> Laboratório de Pesquisa e Produção Editorial.

<sup>13</sup> Este fato pode ser observado pelo número de acessos ao site. A frequência de acessos é bastante equilibrada não havendo picos registrados.

### 3 JUSTIFICATIVA

De Gutenberg ao advento da internet, o livro impresso sofreu várias transformações, contudo, jamais sendo substituído, mas sempre se reestruturando. De modo que livros impressos e livros eletrônicos coexistem e encontram os seus nichos de mercado. A reprodução de obras torna-se mais rápida e prática com o surgimento de novas tecnologias. Buscando compreender essa transformação, observa-se que

a história da comunicação registra a revolução proporcionada pelo eficiente funcionamento do tipo móvel, tecnicamente realizada pelo ourives alemão Johannes Gutenberg (1400-1468). A 'civilização tipográfica', que aí teve seu começo, passou a enxergar de modo linear a diversidade do mundo, somente vindo a ser substituída, do tempo da Modernidade em diante, pela 'civilização das simultaneidades', trazida pela expansão da indústria eletroeletrônica (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 33).

Nessa realidade de simultaneidades, o livro digital proporciona uma abrangência de públicos, além de favorecer o trabalho de autores com custos acessíveis na produção e facilitar o acesso e a circulação em várias camadas sociais. É importante perceber-se o livro digital já consolidado, uma vez que o próprio mercado demanda meios de difusão do conhecimento com custos reduzidos e de ágil circulação.

Anibal Bragança, no Primeiro Congresso Internacional do Livro Digital<sup>14</sup> realizado em São Paulo, em 2010, ressaltou a necessidade do livro reinventar-se. Naquele congresso, foram discutidos os novos rumos do negócio do livro, apontando a diversidade que o ambiente digital proporciona diante dessa atmosfera livreira e como cada vez haverá maior oferta de produtos culturais. Nas discussões ocorridas, o que ficou evidente foi a importância da diversidade e como o tempo presente será marcado por ela. A diferenciação dos produtos, de acordo com a necessidade de se reinventar, materializa-se pela apropriação dessas novas maneiras/formas de adquirir o conhecimento.

Na concepção do *e-book* "Práticas e Discursos Midiáticos: representação, sociedade e tecnologia", nota-se a realização de um trabalho de grande importância para diversos segmentos da universidade. Para o corpo discente do curso de Produção Editorial que teve a oportunidade de trabalhar na produção do livro, destacam-se diversos ângulos de aprendizado. Desde a organização do trabalho em equipe, a necessidade de compreensão do ponto de vista do outro, a harmonização dos objetivos de trabalho, a articulação de argumentos – que, muitas vezes, vinham da vivência em sala de aula, pelo conhecimento

---

<sup>14</sup>Disponível em: <http://congressodolivrodigital.blogspot.com.br/> Acessado em: 11/04/2012.

proporcionado por disciplinas diversas – e também pela necessidade de comprometimento por parte do grupo. Comprometimento que, muitas vezes, passava por ritmos diferentes e que a necessidade de atender o “cliente” POSCOM e cumprir os prazos fez com que as dificuldades fossem minimizadas.

Aspecto relevante, no caso que se analisa, diz respeito também à prática profissional experimentada. O grupo de alunas amadureceu academicamente como futuras profissionais juntamente com o desenvolvimento do projeto, do estado de dúvida inicial à satisfação do produto final, essa trajetória significou sair do papel de leitoras e consumidoras de produtos digitais para pensar sobre. A troca de posições, nesse aspecto, mostrou-se enriquecedora, uma vez que o próprio contexto digital também evidencia uma fluidez de papéis.

Sob outro ângulo, para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, a possibilidade de divulgação dos trabalhos de seus Mestrandos/Mestres representa a conquista de uma visibilidade inerente ao contexto tecnológico atual, mas que poucos chegam a adquiri-la. Na abundância de informações que a internet proporciona, não basta “estar lá”, é preciso respaldar-se de credibilidade. O livro digital “Práticas e Discursos Midiáticos: representação, sociedade e tecnologia”, publicado pela FACOS Editora, constitui a consolidação desse patamar de credibilidade, uma vez que os seus conteúdos não se apresentam dispersos no mar de registros da *web*, ao contrário, acham-se compilados e editados para proporcionar aos leitores uma experiência de leitura positiva.

Enfim, para a Universidade Federal de Santa Maria, este trabalho acadêmico torna-se significativo por, mais uma vez, destacá-la como instituição de ensino superior que propicia tanto ao corpo docente quanto discente a teoria refletida, experimentada na prática. Polistchuk e Trinta (2003) ressaltam o fato de que teoria e prática são indissociáveis e que a prática que desconhece os seus fundamentos teóricos não é aceitável e representa pouco valor social. Nesse sentido, o livro digital produzido significa a teorização como uma forma de agir.

Em relação ao futuro, as acadêmicas de Produção Editorial tem, nessa experiência, uma via que as deixa mais preparadas para novos projetos na própria Universidade e, conseqüentemente, para o mercado de trabalho. A parceria com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação oportuniza a visibilidade de conteúdo científico, democratizando o acesso aos trabalhos no campo da comunicação e incentivando uma divulgação ampla e positiva.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para desenvolver o livro digital “Práticas e Discursos Midiáticos: representação, sociedade e tecnologia”, fez-se *benchmarking* em outros livros da área, como o *Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet* (Janotti Jr, Jeder Silveira; Lima, Tatiana Rodrigues; Pires, Victor de Almeida Nobre, orgs.) e “*Comunicação e Marketing Digitais: conceitos, práticas, métricas e inovações*” (Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal, org), dos quais destacam-se o conteúdo científico e a disposição das páginas em modo paisagem<sup>15</sup>. Porém, decidiu-se não adotar o referido formato para conferir mais credibilidade ao produto, já que ele é fruto de trabalhos de mestrado e pretendia-se manter a forma tradicional de exibição, ou seja, na vertical.

Também se manteve contato com uma das autoras dos artigos para ser elaborado o *briefing* do mesmo. A partir disso, definiu-se um conceito editorial, como manter uma imagem sóbria e séria, assim como a linguagem, devido ao seu caráter acadêmico; incluiu-se uma apresentação feita pela coordenação do POSCOM e, ainda assim, os clientes concederam a livre escolha para as demais decisões ou mudanças no planejamento inicial.

Para a capa, utilizou-se o Adobe PhotoshopCS5 e o Corel DrawX4, programas com os quais as acadêmicas já estavam familiarizadas. Em seu conceito, enfocou-se o contraste entre o analógico e o digital, que também é exposto ao longo dos artigos. No miolo do projeto, tanto na diagramação como no design, trabalhou-se com o InDesignCS5, instalado tanto nos computadores da universidade como nos computadores pessoais, a fim de agilizar o processo. Assim, foram sendo compartilhadas ideias e montando-se o projeto coletivamente. Houve reuniões semanais para discussão presencial sobre o produto e análise sobre os próximos passos do projeto. Desenvolveu-se grande parte da técnica durante o processo de criação do livro digital, contando com o apoio dos orientadores, Fabiano Maggioni, formado em Rádio e TV, Laura H. Wottrich, em Publicidade e Propaganda e Patrícia M. Pérsigo, em Relações Públicas, que se fizeram atuantes em todos os momentos.

Incluíram-se ainda *links* internos que ligam o sumário aos artigos através dos títulos, e as páginas ao sumário de suas respectivas seções através do nome da linha de pesquisa na parte superior da página; deixando-se também os e-mails dos autores em forma de *hiperlinks* nas descrições de abertura dos artigos, destacando, assim, o lado interativo e

---

<sup>15</sup> no caso do segundo exemplo.

explorando as potencialidades que tal plataforma oferece. Depois de finalizado o processo de criação, solicitou-se o ISBN à Biblioteca Nacional e, posteriormente, a ficha catalográfica à biblioteca da UFSM, que concedeu gratuitamente o serviço.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O livro digital desenvolvido abrange tanto o tema de “Mídia e Identidades Contemporâneas” como “Mídia e Estratégias Comunicacionais” que, além de serem as linhas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da universidade, dão nome às seções da publicação. Optou-se por publicar o *e-book* em formato PDF por ser a plataforma mais acessível e mais facilmente compatível com qualquer computador ou *tablet* usado pelos leitores.

Decidiu-se usar o formato de livro impresso, apesar da plataforma digital, para não causar um total estranhamento às pessoas, pois ainda permanecem hábitos de leitura alçados no primeiro formato. Assim, conservou-se um formato de 17cm x 23cm e a exibição de duas folhas por dobra de tela, a fim de não necessitar tanta “rolagem” por parte do leitor. Links foram inseridos para fácil acesso aos artigos, e também para contato com os autores, com o intuito de aumentar a interatividade por parte dos leitores.

A imagem da capa é uma fotografia que foi produzida na casa de uma das acadêmicas, na qual se procurou abordar a diversidade das linhas de pesquisa trabalhadas no *e-book*. Assim sendo, foram colocados, contrastando na mesma foto, um notebook, um jornal, e a interferência humana necessária para administração desses meios, representada pela mão que manuseia o computador, além da caneca para ilustrar que a pessoa presente busca manter-se atenta para “absorver” as informações que esses componentes dispõem ao seu alcance. Essa fotografia foi trabalhada a partir do contraste, que se faz presente também na disposição dos elementos. A imagem principal é oposta à tarja laranja, cor símbolo da comunicação. Mas, ao mesmo tempo, essa barra separa dois universos, o analógico (representado pelo jornal) e o digital (representado pelo *notebook*). Mesmo assim, nota-se que não há uma separação plena entre os universos, que ainda fazem parte de uma mesma imagem. Dessa forma, procurou-se expressar as mudanças pelas quais a área da comunicação vem passando em suas práticas e teorizações, mudanças que foram abordadas ao longo das “páginas” do livro. Almejou-se ainda mostrar como o leitor harmoniza o uso das duas plataformas, a impressa e a digital, fazendo-as complementares entre si, cada uma oferece a informação ao seu modo e coexistem representadas na foto em um ato.

Já o conceito seguido no interior da publicação foi o de alinhar os detalhes da página no mesmo tom de laranja da capa, deixando-se a página o mais limpa possível, com espaço suficiente para notas nas laterais, o que facilita a leitura e deixa o texto fluir com mais naturalidade. Selecionou-se uma fonte familiar e clássica devido ao caráter sério da publicação, no corpo do texto, optando, assim, pela Garamond regular, entretanto, para os títulos, concluiu-se que uma fonte mais arrojada serviria para inovar e proporcionar mais personalidade, por isso, escolheu-se a Chalkduster. E, assim foi montada a identidade da publicação, sempre buscando aliar o clássico ao arrojado, tanto na capa quanto em seu interior.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Como estudantes e futuras profissionais da área da comunicação, torna-se imperativa a adaptação às mudanças tecnológicas que acontecem com o passar do tempo. O livro digital nada mais é que um novo suporte para a difusão do conhecimento, podendo ou não ser linear, assim como um livro impresso. Com esse trabalho, buscou-se conhecer esse novo método de produção, transmissão e circulação de informações, possibilitando outras formas das pesquisas, que são realizadas, chegarem aos seus pares. Com esse suporte que surge para complementar outro já existente, o livro impresso, ensejou-se obter um maior conhecimento sobre o referido suporte e facilitar o acesso aos estudantes e aos pesquisadores da área, divulgando os trabalhos executados por pesquisadores da universidade. Portanto, acredita-se que se completou, desse modo, um trabalho feito por graduandas em comunicação no começo do curso e com o apoio total e integral dos organizadores do *e-book*. Fica a satisfação tanto pelo produto finalizado, quanto pelo desafio alcançado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARIFOUSE, Rafael. **O papel das enciclopédias**. Revista Época, São Paulo, n. 722, p. 74 – 76, mar. 2012.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. In Benício, Christine Dantas. **Do livro impresso ao e-book**: o paradigma do suporte na Biblioteca Eletrônica. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2003, p.31.

CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. **Comunicação e Marketing Digitais**: conceitos, práticas, métricas e inovações. Salvador, BA: Edições VNI, 2011.

CHARTIER, R. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**/Roger Chartier; tradução Reginaldo de Moraes. – São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.- (Prismas)

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma "analítica" da midiaticização. **Revista Matrizes**, v. 1, p. 89-105, 2007.

FURTADO, J. A. **O Papel e o Pixel. Do Impresso ao Digital: continuidades e transformações** / José Afonso Furtado; prefácio de Aníbal Bragança. – Florianópolis: Escritório do Livro, 2006. 208 p.

FURTADO, J. A. **Metamorfose da Edição na Era Digital. I Seminário Brasileiro sobre Livros e História Editorial**. Rio de Janeiro, p.1-25, 2004.

GRUSZYNSKI, A.; GOLIN, C.; CASTEDO, R. **Produção editorial e comunicação científica**: uma proposta para edição de revistas científicas. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós, Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.

JANOTTI Jr, JEDER Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs.). **Dez anos a mil**: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

POLISTCHUK, I; TRINTA, A. R. **Teorias da Comunicação**. O pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

RODRIGO, E. **O futuro das editoras universitárias e as mídias eletrônicas**. Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, Com Ciência. Campinas, n.103, nov.2008.

SANTOS, E. dos. **Questões cruciais**. In Benício, Christine Dantas. **Do livro impresso ao e-book**: o paradigma do suporte na Biblioteca Eletrônica. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2003, p.44.

SANTOS, R. V. dos; ALBUQUERQUE, M. **Para Ler o Digital**: reconfiguração de livros em plataforma digital. In: Intercom Nordeste, 2011, Macéio. Anais Intercom Nordeste 2011, 2011.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**: Uma teoria da comunicação linear e em rede. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.