

**Conteúdos Audiovisuais em Revistas Digitais: um Exame das Revistas *Esquire* e *Katashi* em suas Versões para *Tablet*<sup>1</sup>.**

Francisco Rolfsen Belda (Brasil).<sup>2</sup> Felipe de Souza Lima (Brasil).<sup>3</sup>

**Resumo.**

O artigo apresenta um estudo exploratório sobre o cenário contemporâneo da produção de revistas digitais para distribuição por meio de tablets, traçando um panorama sobre as possibilidades e inovações proporcionadas pelo meio digital e examinando como esses recursos têm sido apropriados por editoras com o intuito de enriquecer a experiência ofertada aos leitores. Para isso, são analisadas edições selecionadas das revistas *Esquire* e *Katashi*. De modo específico, o trabalho procura identificar e examinar como e até que ponto conteúdos audiovisuais têm sido empregados em complemento aos códigos de comunicação textual e visual convencionalmente adotados no âmbito dessas publicações. Conclui-se que há uma diferença significativa no modo com que revistas expandidas (adaptadas do impresso) e revistas nativas digitais (originalmente criadas para o tablet) tratam esses conteúdos: enquanto as primeiras empregam imagens, textos e vídeos de modo convencional, sem que haja sincretismo dessas linguagens, as segundas criam uma linguagem híbrida capaz de fundir esses códigos de comunicação, criando novos fluxos de leitura e elos de interação a partir de elementos gráficos, textuais e audiovisuais.

**Palavras-chave.**

Revista digital; *tablet*; audiovisual; *Esquire*; *Katashi*.

**Abstract.**

*The article presents an exploratory study on the contemporary landscape of digital magazines production for distribution through tablet devices, tracing an overview of the possibilities and innovations offered by the digital environment and examining how those resources have been appropriated by publishers in order to enrich experiences offered to readers. To reach this goal, selected editions of the *Esquire* and *Katashi* magazines were analyzed. Specifically, the work attempted to identify and examine how and to what extent audiovisual content have been employed in addition to the textual and visual communication codes conventionally adopted by these publications. We conclude that there is a significant difference in the way that expanded magazines (adapted from printed) and digital native magazines (originally created for tabletS) treat these contents: while the first type employs images, texts and videos in a more conventional manner, without any syncretism of these resources, the second type of digital magazines creates hybrid formats which are able to merge different communication modes, creating new reading flows and interaction links from graphics, textual and audiovisual elements.*

***Keywords.***

*Digital magazine; tablet; audio-visual; Esquire; Katashi.*

R  
y  
P

## **Introdução.**

É cada vez maior a quantidade de revistas disponíveis em versão digital para *tablets*. Muitos destes produtos têm explorado as potencialidades do suporte digital e incorporado recursos adicionais que as versões impressas não permitiam, como, por exemplo, áudio, infográficos animados e vídeos de curta duração. Novas tecnologias, entretanto, impõem desafios à produção de tais conteúdos. Além da preocupação com a qualidade textual e com a adequação à linha editorial, os profissionais envolvidos precisam considerar como estes conteúdos serão dispostos, funcional e esteticamente, ao longo do projeto gráfico e em sua relação de complementariedade e sincretismo na construção de sentido. Esta tarefa exige equipes multidisciplinares, capazes de compreender as características e especificidades da produção de cada tipo de conteúdo.

O foco específico deste ensaio recai sobre a utilização de conteúdo audiovisual nestas publicações. Inicialmente, para efeito de caracterização, serão abordados os dois principais gêneros audiovisuais presentes no jornalismo televisivo: a reportagem e o documentário, que servem como base para as apropriações de linguagem audiovisual utilizadas pelas revistas digitais. Por fim, será feita uma análise descritiva de edições digitais das revistas *Esquire Magazine* e *Katachi*, com o intuito de melhor compreender de que maneira se dá a utilização de recursos audiovisuais nestas publicações.

## **Revistas diante das novas mídias.**

Manovich (2001) é um dos principais autores a refletir acerca dos critérios utilizados para julgar até que ponto uma mídia pode ser considerada nova. De acordo com ele, a definição popular de “nova mídia” geralmente a identifica pelo uso de um computador para distribuição e exibição, assim como para sua produção. Desta forma, textos e fotos distribuídos através de um computador (via websites e e-books, por exemplo) são considerados como novas mídias, enquanto os mesmos textos e fotos em sua versão

impresa não o são. Diante deste paradoxo, Manovich questiona se devemos aceitar tais definições que parecem limitar a discussão diante da dimensão que envolve todo o processo da cultura digital.

There is no reason to privilege computer in the role of media exhibition and distribution machine over a computer used as a tool for media production or as a media storage device. All have the same potential to change existing cultural languages. And all have the same potential to leave culture as it is. (MANOVICH, 2001, p.43)

Dessa forma, o fato de um texto, foto, vídeo ou qualquer outro elemento possuir um correspondente em versão digital não faz com que ele se torne necessariamente melhor ou mais inovador do que sua versão em qualquer suporte analógico. Para que isso ocorra, é necessário que as potencialidades, características e recursos do meio digital sejam de fato incorporados a estas mídias.

A evolução da mídia digital afeta todos os estágios da comunicação, incluindo a aquisição, manipulação, armazenamento e distribuição. Isso altera não apenas o modo como o usuário percebe e interage com estas mídias, mas abre também novas portas para que grandes editoras e produtores de conteúdo independentes explorem esse espaço, gerando conteúdo inovador e re-arranjando seus modelos de negócio, seus processos e produtos para aproveitar as oportunidades que surgem nesse contexto. É o que ocorre, atualmente, também no mercado de produção e edição de revistas.

De acordo com a definição do dicionário Michaelis, o termo revista pode ser compreendido como “publicação periódica, na forma de uma brochura mais ou menos extensa, com escritos dedicados a uma só temática: Revista de Biologia, Revista de Filosofia; ou de formato maior, com escritos variados e geralmente ilustrada; revista de atualidade, magazine<sup>4</sup>”.

Storch (2012), por sua vez, ressalta que “a definição do que seja uma revista aparece, geralmente, norteadas de características que a diferenciam de outros meios, como o jornal

impresso ou o telejornal, por exemplo” (p.17). Nota-se, com Dourado (2014), que um critério de diferenciação das revistas para outros veículos impressos talvez resida em sua tematização, no fato de poderem abordar fatos e acontecimentos com mais profundidade, de forma sistematizada e articulada dentro de universos temáticos definidos, numa abordagem que as distingue daquela que privilegia a narrativa informativa dos fatos cotidianos e é mais recorrente nos jornais.

Desde o advento das primeiras revistas, ainda no século XVII (Martins, 2001), até o final do século XX, o suporte em papel constituiu-se como característica comum a esses veículos. Mas é a partir da década de 1990 que o mercado editorial encontraria seu maior desafio. Com a popularização da internet como fonte de informação e sua gama de recursos multimídia, as editoras sentem a necessidade de ocuparem também a plataforma digital. Surgem então os primeiros sites atrelados à marcas de revistas impressas, que contavam com versões fragmentadas ou reduzidas dos textos publicados nas edições impressas e conteúdos exclusivos ou complementares às matérias da revista.

Em 2010 a empresa americana Apple lança seu primeiro *tablet*, o Ipad: um leitor digital portátil com tela de alta resolução, sensível ao toque e conectividade com a internet. Seu tamanho era similar ao de livros e revistas e a tela sensível a toque permitia, inclusive, a simulação do folhear das páginas. Era a plataforma que faltava para que o público aderisse em larga escala ao formato digital. As revistas, então, concentraram esforços para adaptar suas publicações à nova plataforma.

Após trinta anos de pesquisa e tentativas frustradas dos precursores da invenção, há praticamente consenso entre os revisteiros de que este é um caminho para o futuro das revistas. (Aner, 2011, p.18).

### **Características das revistas digitais.**

O Audit Bureau of Circulations, organização mundial formada por editoras, anunciantes e agências de publicidade com o objetivo de desenvolver processos de auditoria para verificar a circulação de jornais, revistas e periódicos, definiu em 2011 o termo “revista digital” como sendo “aquela que é distribuída através de meios eletrônicos, podendo o seu conteúdo ser ou não uma réplica da versão impressa<sup>5</sup>.”

Dourado (2013) classifica este formato em seis grupos, de acordo com características específicas. São eles: “Site de Revistas”, “Webzines”, “Revistas Portáteis”, “Revistas Expandidas”, “Revistas Nativas Digitais” e “Revistas Sociais”. Segundo a autora, os sites de revista são comumente acessados através de desktops ou notebooks e contam com publicações exibidas através de páginas da web (em linguagem HTML) e geralmente levam o nome da versão impressa da revista, embora seu conteúdo não seja o mesmo das edições impressas. Muitas vezes são disponibilizados fragmentos ou versões reduzidas das matérias da revista em si.

As webzines são definidas como publicações fechadas, com estrutura semelhante à da revista impressa, contendo capa, miolo e contracapa. São acessadas via desktops, note ou netbooks, através de uma página da web. Normalmente são disponibilizadas em edições periódicas (semanais, mensais, etc.) e podem contar com recursos multimidiáticos, como vídeo, fotos, entre outros.

As revistas portáteis são desenvolvidas especialmente para dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*, embora seu maior consumo se dê através do primeiro, devido ao tamanho maior da tela, que facilita a leitura. São obtidas através do download do aplicativo específico de cada revista, geralmente gratuitos e que possibilitam a compra de edições avulsas ou assinatura das edições por determinado período de tempo.

Dentro da categoria de revistas portáteis, estão contidas as revistas expandidas e as nativas digitais. A primeira trata-se de versões adaptadas das grandes revistas impressas, que disponibilizam o mesmo conteúdo no tablet, com o diferencial de utilizar os recursos proporcionados pelo meio digital, tornando a publicação mais interessante aos leitores através da incorporação de vídeos, *slideshows*<sup>6</sup> de fotos, incorporação de áudio, utilização de infográficos animados e layout dinâmico, que se adequa à posição que o usuário segura o aparelho, podendo ser vertical ou horizontal.

Já as revistas nativas digitais são desenvolvidas exclusivamente para esta plataforma, sem contar com a versão impressa. Por serem pensadas e desenvolvidas com foco na plataforma, nutre-se a expectativa, já expressa em Dourado (2014), de que essas produções assumam formas experimentais e tornem-se cada vez interativas, propondo e testando linguagens inovadoras, que sejam técnica e esteticamente condizentes com as características da leitura em suportes como o dos *tablets*.

As revistas sociais são, por fim, aplicativos que funcionam como agregadores de conteúdo, onde o usuário configura seus principais perfis de interesse e o aplicativo organiza graficamente as informações emitidas por estes perfis, que podem ser públicos ou privados (amigos do Facebook, por exemplo). Um dos aplicativos de revista social mais conhecidos atualmente é o Flipboard, disponível para plataformas Android e iOS.

De fato, tanto as revistas expandidas quanto as revistas nativas digitais têm explorado, em maior ou menor grau, os recursos multimídia e a interatividade permitida pelas plataformas digitais, tornando a experiência da leitura de revistas mais rica e possivelmente mais prazerosa. No entanto, para que o conteúdo multimídia, e mais especificamente o audiovisual, seja bem utilizado e contribua de modo efetivo para o enriquecimento da qualidade da publicação, é necessário que os profissionais de planejamento e de edição gráfica-editorial envolvidos na elaboração de revistas digitais incorporem conhecimentos, princípios, técnicas e linguagens de produção audiovisual.

### **Gêneros do jornalismo audiovisual**

De acordo com Spinelli (2012), é possível afirmar que os programas jornalísticos fazem uso, em sua grande maioria, de dois gêneros principais na linguagem dos conteúdos audiovisuais: a reportagem, de caráter informativo e que tem na figura do repórter o centro das informações, e o gênero documental, que utiliza a linguagem de documentário, na qual a narrativa é constituída por meio da fala de um ou mais personagens que são encadeadas para comporem um discurso com características opinativas, sendo que objetividade não precisa estar necessariamente presente.

Desde o surgimento da televisão, o gênero jornalístico sempre esteve atrelado às suas transmissões. Inicialmente, restringia-se apenas às chamadas “notas simples”, onde o repórter lia os fatos noticiosos na bancada do telejornal, sem que imagens relacionadas aos fatos narrados estivessem sendo exibidas. A evolução tecnológica e a invenção do videotape facilitaram a utilização de imagens nos telejornais e consolidação do gênero informativo presente nas reportagens até os dias atuais.

Na reportagem informativa os fatos são organizados de maneira linear por meio de elementos da linguagem audiovisual - offs, passagens e sonoras - com o intuito de fazer com que o espectador entenda perfeitamente as informações transmitidas, de uma maneira didática, imparcial e objetiva, que faz com que não haja nenhuma dúvida ou indagação sobre os eventos transcorridos na tela. (SPINELLI, 2012, p.03)

Já o gênero documental destaca-se, principalmente, pelo seu caráter reflexivo e autoral, muitas vezes com uma produção mais elaborada em relação à estética, iluminação, fotografia e trilha sonora. Todos estes elementos contribuem para o reforço da mensagem ou ideia que se deseja transmitir, seja de maneira explícita ou subliminar.

O formato digital permite que as revistas digitais se apropriem destas e de outras linguagens para criarem conteúdo complementar ao texto, contribuindo para o enriquecimento das



narrativas abordadas pelas publicações e tornando a exibição de dados informativos mais dinâmica e atrativa, através do uso de infográficos animados, por exemplo. O equilíbrio entre o texto e as inserções audiovisuais deve ser, nesse âmbito, cuidadosamente dosado para que um não ofusque o outro, e sim para que criem, juntos, um fluxo de leitura agradável ao leitor. Ambos devem complementar-se e fornecer uma compreensão ainda mais aprofundada e rica do assunto abordado.

Com o intuito de melhor compreender como o conteúdo audiovisual tem sido explorado nestes meios, serão analisados, a seguir, exemplos oriundos de duas revistas digitais selecionadas, considerando suas versões distribuídas para iPad. São elas: “Esquire Magazine”, edição de Dezembro de 2014, e “Katachi Magazine”, edição de Março de 2012.

#### **Análise da revista *Esquire*.**

A Esquire Magazine é uma revista norte-americana de publicação mensal, voltada para o público masculino. Sua primeira edição é de 1933 e trazia principalmente propagandas de itens voltados para cuidados da aparência masculina. Sua distribuição era feita exclusivamente através de lojas de armarinhos<sup>7</sup>. Como única revista de estilo de vida e interesses gerais para homens sofisticados, a Esquire procura definir, refletir e comemora o que significa ser um homem na cultura americana da atualidade e tenta dialogar com o alcance e diversidade das paixões do homem contemporâneo, em uma mistura de *storytelling* espirituoso, estilo marcante de fotografia e uma dose de humor irreverente.

A edição de Dezembro de 2014 traz na capa o ator e modelo norte-americano Channing Tatum, eleito em 2012 como homem mais sexy do mundo pela revista People e, de acordo com os princípios editoriais da revista, referência de elegância e estilo para o homem moderno. Por tratar-se de uma personalidade ligada a produções hollywoodianas, a revista claramente optou por utilizar uma estética cinematográfica em todo o conteúdo audiovisual

relacionado à matéria de capa. Esta estética inclui uma fotografia bem elaborada, de alto contraste de cores, com iluminação e maquiagem marcantes, que realçam as expressões faciais do ator. Logo que o usuário toca no ícone da edição da revista um breve vídeo é exibido, onde o ator se apresenta, com uma fumaça vermelha ao fundo e, na sequência, a capa da edição é revelada através de um efeito de transição semelhante à fumaça (*Figura 1*):

**Figura 1.** Capa da edição da Esquire (esq.) e imagem do vídeo de introdução, na vertical (dir.)

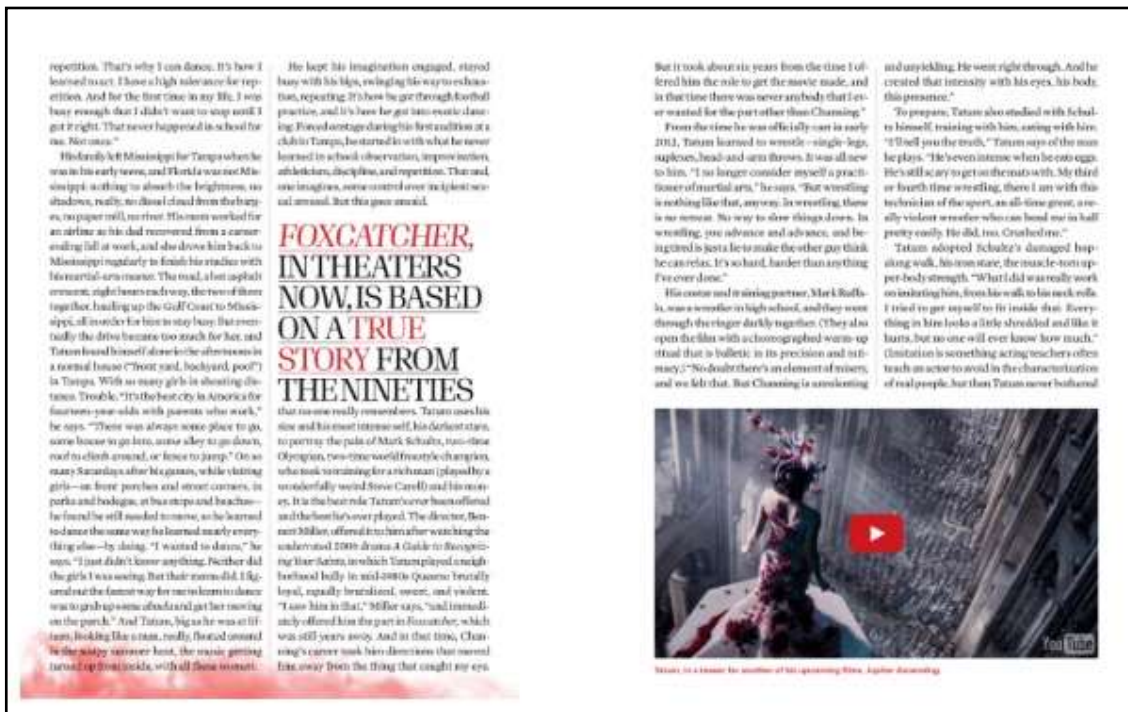


Apesar da qualidade da imagem e da estética cinematográfica utilizada, é possível perceber que o vídeo foi gravado em formato vertical, fora do padrão de proporção de 16:9 convencional pelo cinema e pela televisão digital. Neste caso, o material foi elaborado para se adequar ao formato da tela do *tablet* em sua posição vertical, a mesma posição de leitura de uma revista impressa.

Após a capa ser revelada, um ícone é disponibilizado no canto inferior direito e, ao ser tocado, um novo vídeo é exibido, com características de um trailer de filmes tipicamente hollywoodianos (cortes rápidos, trilha sonora acelerada e uso de títulos e frases de efeito em destaque). Esse segundo vídeo apresenta os temas que serão abordados na edição, com *takes* em movimento de pessoas e acessórios que posteriormente serão exibidos ao longo da revista. Em seguida a essa apresentação, o leitor tem acesso a um sumário interativo, com ícones animados; ao tocar em algum deles, o leitor é direcionado para a matéria relacionada.

Ao longo da matéria de capa, o foco recai sobre a linguagem textual, com pouco uso dos recursos audiovisuais. Neste caso, os principais destaques são a fumaça vermelha que é emitida no rodapé da página, criando um efeito visual interessante, que faz referência à linguagem estética adotada na fotografia e nos vídeos, e o *player* de vídeo incorporado à matéria, para a exibição do trailer de cinema do mais novo filme estrelado pelo ator. O segundo, embora esteja incorporado ao longo da publicação, nada mais é do que um link para um vídeo no Youtube; portanto, para que sua visualização seja possível, é necessário.

**Figura 2.** Efeito animado de fumaça (esq.) e player de vídeo incorporado à matéria (dir.)



Para melhor compreensão do das funcionalidades e dos recursos audiovisuais descritos acima, é possível acessar um vídeo<sup>8</sup> elaborado por este autor que demonstra tais recursos sendo acessados do ponto de vista do usuário de tablet.

**Análise da revista *Katachi*.**

A *Katachi* Magazine teve sua primeira edição publicada em 2011 e é uma revista nativa digital, sendo o seu conteúdo pensado e desenvolvido exclusivamente para tablets. Por este motivo, a revista traz muitas inovações e explora com maior abrangência os recursos multimidiáticos proporcionados pela plataforma digital, tanto em relação ao conteúdo audiovisual presente na revista, quanto nos recursos de interatividade, participação do leitor e criação de novos fluxos de leitura, diferenciando-se das revistas expandidas e das

portáteis, por exemplo, que possuem correspondentes em versões impressas e, por isso, mantêm a mesma linearidade do papel.

Todo o seu material tem um forte apelo estético inspirado em origamis, que conta com a ampla utilização de elementos de design e figuras geométricas. Estes elementos estão presentes nas capas, fotos e na diagramação do texto, proporcionando um visual inovador para uma publicação. A revista traz artigos sobre moda, design e comportamento. Cada página apresenta uma solução diferente de narrativa, trabalhando principalmente com a ideia de fragmentação de diversos elementos e na interação *multi-touch*. Um vídeo demonstrativo do layout da revista pode ser visualizado através do Youtube<sup>9</sup>.

A edição analisada tem como tema principal a origem das coisas que nos cercam na contemporaneidade, ligando produtos às suas fontes, movimentos à ideias e conceitos que os originaram e pessoas às suas origens. Todas as edições são desenvolvidas para leitura na posição horizontal, não permitindo a leitura na vertical (*Figura 3*).

**Figura 3.** Capa da edição da *Katashi*, com orientação horizontal



Logo na capa é possível perceber a inovação no estilo. Esta edição traz nove quadros com a figura de um rosto masculino em diferentes perspectivas. Ao arrastar o dedo para cima, todos os quadros se juntam através de movimentos de câmeras individuais, formando um rosto único no centro da página. Na próxima página, o leitor encontra um índice interativo, separado por seis temas centrais; ao arrastar cada um deles para a esquerda, abrem-se novas abas para acessar cada matéria individualmente. Uma trilha sonora se inicia, e o leitor pode optar por ler a revista com ou sem a música de fundo.

Os recursos audiovisuais estão fortemente presentes na revista e, em alguns casos, funcionam como o elemento principal do assunto abordado. É o que ocorre na matéria intitulada “Grand Master Inventor”, por exemplo, que conta a história do Dr. Nakamats, um senhor japonês detentor de mais de quatro mil registros de patentes. A matéria conta com um vídeo de cerca de 5 minutos, em formato de documentário, onde o próprio Dr. Nakamats narra parte de sua história, contada em off e coberta por imagens<sup>10</sup> (Figura 4). Além do vídeo, a matéria conta apenas com um parágrafo de texto e uma *timeline*, na qual se pode visualizar, ao deslizar-se, algumas das principais invenções em ordem cronológica.

**Figura 4.** Reportagem com recurso de vídeo (esq.) e player exibido em tela cheia (dir.)





Outra utilização dos recursos audiovisuais que merece destaque está na matéria intitulada “Oslo”, que fala dos principais aspectos desta cidade. Para isso os editores criaram um vídeo de um *tour* pela cidade em *time-lapse*. Na tela são exibidos vários ícones, enquanto o vídeo roda ininterruptamente. Cada ícone corresponde a um aspecto relacionado à cidade, como alimentação, segurança, habitação, custo de vida, entre outros. Somente ao tocar em um destes itens, um breve texto sobre o assunto em questão é exibido. Uma solução muito criativa, tanto no aspecto estético quanto na funcionalidade, pois os elementos combinam bem entre si, e ocupam harmoniosamente o espaço da tela, sem que um ofusque o outro. A combinação destes dois elementos oferece ao leitor uma compreensão ainda maior sobre a cidade, uma vez que, ao visualizar o vídeo, ele tem a sensação de estar trafegando de carro pelos bairros e, ao clicar nos ícones, obtém informações e dados sobre a mesma, como se estivesse imerso em um mapa virtual informativo e audiovisual.

**Figura 5.** Reportagem interativa sobre Oslo, com combinação de vídeo, texto e ícones



O grande destaque da revista está na combinação equilibrada de recursos multimídia, englobando o audiovisual e a informação contida nos textos. Sempre que o teor informativo do conteúdo audiovisual é maior, os editores optam por reduzir os elementos textuais e sempre que as histórias e informações presentes no texto são mais relevantes, o audiovisual fica em segundo plano e são utilizados outros recursos complementares como fotos e infográficos interativos, que valorizam o texto, sem dispersar a atenção do leitor.

### **Considerações Finais.**

É notável que as revistas digitais têm assumido um papel cada vez maior no mercado editorial mundial. Grandes grupos detentores das publicações mais famosas, tanto nacionais quanto internacionais, perceberam o interesse do público pelas versões para tablets, seja pela praticidade e facilidade de transporte e armazenamento, pois o dispositivo permite que o usuário tenha uma infinidade de títulos dentro de um único aparelho e os leve para qualquer lugar, ou ainda pelos recursos multimídia e de interação que tornam as versões digitais ainda mais ricas e interessantes ao leitor.

Investimentos têm sido feitos por parte desses grupos que encontram nesse segmento uma nova possibilidade de geração de receita. No caso das revistas expandidas, o custo de produção é baixo, uma vez que todo o conteúdo já foi elaborado para as versões impressas, cabendo às editoras apenas a transposição para o digital com possíveis inserções de recursos multimídia, como slides de fotos, vídeos e áudio. O leitor também se beneficia, pois os exemplares digitais costumam ser mais baratos, uma vez que não existe o custo de impressão. A distribuição da versão digital também é mais ágil e barata, geralmente através de uma loja de aplicativos com pagamento por cartão de crédito, rompendo as barreiras geográficas de circulação.



Apesar desses investimentos, pode-se observar que ainda existe muito espaço para a experimentação e a utilização de recursos audiovisuais e de interatividade no planejamento gráfico-editorial desses produtos. As inserções ainda são tímidas e pouco exploram as possibilidades oferecidas pelo digital. O que se faz atualmente nas revistas expandidas, como no caso da *Esquire*, é reunir em um mesmo produto recursos e linguagens de diferentes mídias, como foto, texto e vídeo, mas cada um deles ocupa o seu próprio espaço, sem que haja sincretismo para a criação de uma nova linguagem ou conteúdos híbridos.

Já revistas nativas digitais, como o caso apresentado da *Katachi*, demonstram maior grau de desenvolvimento na criação de conteúdos com essas características híbridas, como no exemplo da reportagem sobre Oslo, e assumem uma postura de experimentação inovativa em relação à linguagem e aos formatos elaborados exclusivamente para a plataforma dos *tablets*, explorando de maneira mais aprofundada os recursos digitais, criando novos fluxos de leitura, estabelecendo elos significativos de interação entre diferentes elementos gráficos, textuais e audiovisuais que compõem a publicação e proporcionando ao leitor uma experiência de melhor qualidade.

## Referências

ANER - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EDITORES DE REVISTAS. (2011). **História revista**: Associação Nacional dos Editores de Revistas 25 anos (1986-2011). São Paulo: Aner.

DOURADO, T. M.S.G. (2014). Modelos de revistas em formatos digitais: Novas ideias e um conceito ampliado. In: **Leituras do Jornalismo**, ano 1, n.1, p.120. São Paulo: Unesp.

FERREIRA, I.; BRIGNOL, L. (2014). Revistas para tablets: A apropriação dos recursos da mídia digital na revista Plastic Dreams. **Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Santa Catarina.

MANOVICH, L. (2001) **The language of New Media**. MIT Press: Massachusetts.

MARTINS, A. L. (2001). **Revistas em revista**: Imprensa e práticas culturais em tempos de república. São Paulo: Edusp.

SOUZA, M. F. P. (2013). **Revistas Jornalísticas para Tablet**: Uma análise comparativa entre os modelos convergente e nativo digital. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia.

SPINELLI, E. M. (2012) Jornalismo Audiovisual: Gêneros e Formatos na Televisão e na Internet. In: **Revista Alterjor**, n.6, Ano 3, v.2. São Paulo: ECA-USP.

STORCH, L. S. (2012) **O leitor imaginado no jornalismo de revista**: uma proposta metodológica. 174 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

---

<sup>1</sup> Trabalho baseado em apresentação apresentada no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), em Uberlândia-MG, Brasil.

<sup>2</sup> Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da FAAC-UNESP, email: [belda@faac.unesp.br](mailto:belda@faac.unesp.br)

<sup>3</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da FAAC-UNESP, email: [felippeslima@hotmail.com](mailto:felippeslima@hotmail.com)

<sup>4</sup> Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=revista>. Acessado em 12 Abr. 2015

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.auditbureau.org/about-us.html>. Acesso em 12 Abr. 2015

<sup>6</sup> Fotos que podem ser exibidas em sequência, de acordo com o comando do usuário.

<sup>7</sup> Informações extraídas do portal do grupo Hearst, detentor dos direitos de publicação da revista Esquire na América. Disponível em: <http://www.hearst.com/magazines/esquire>. Acesso em: 29 Dez. 2014

<sup>8</sup> Vídeo disponível em: <http://youtu.be/a-Vh7IIH7hk>. Acesso em 30 Dez. 2014.

<sup>9</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=GzY1\\_0GGRtY](https://www.youtube.com/watch?v=GzY1_0GGRtY). Acesso em: 30 Dez. 2014.

<sup>10</sup> Termos utilizados na linguagem jornalística e audiovisual. O off constitui em uma narração de áudio, onde na edição inserem-se imagens para ilustrar ou demonstrar aquilo que está sendo narrado.