

**Mídia impressa, comunicação e história:  
breves considerações e aproximações**

***Printed media, communication and history:  
brief considerations and approaches***

Giovana Montes CELINSKI<sup>1</sup>  
Ivania SKURA<sup>2</sup>

## **Resumo**

São tecidas reflexões que abordam a pesquisa da mídia impressa aproximando noções da História e da Comunicação Social para apontar alguns caminhos teóricos e metodológicos. Abordamos brevemente a história da imprensa, o redimensionamento da relação entre História e fontes de pesquisa proposto pela Escola dos Annales, indicamos alguns nortes para os primeiros contatos com periódicos, assim como apresentamos como via metodológica a Análise de Conteúdo de Bardin e a perspectiva de representações de Chartier. Destacamos a importância de considerar os amplos contextos e especificidades de cada mídia impressa, assim como seus conteúdos, textos e recursos visuais. Ao considerar a lida com o corpus de análise segundo um rigor conceitual e metodológico, apontamos para o cuidado de não conceber as conclusões como integrais ou únicas, já que a leitura dependerá diretamente das necessidades que a empiria costuma apontar e do enlace de elementos que constituem o olhar que se dá à investigação.

**Palavras-chave:** Imprensa. Escola dos Annales. Análise de conteúdo. Periódicos.

## **Abstract**

Reflections on the research of the printed media are performed, bringing together notions of History and Social Communication to point out some theoretical and methodological paths. We briefly review the history of the press, the resizing of the relationship between History and sources of research proposed by the School of Annales, we indicate some directions for the first contacts with periodicals, as well as presenting as a methodological approach the Content Analysis of Bardin and the perspective of Representations of Chartier. We emphasize the importance of considering the broad contexts and specificities of each print media, as well as its contents, texts and visual resources. In considering the work with the corpus of analysis according to a conceptual and methodological rigor, we point to the care of not to conceive the

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).  
E-mail: gmontes\_00@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens - PPGCom/UTP, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba/PR.  
E-mail: ivaniaskura@hotmail.com

conclusions as integral or unique, since the reading will depend directly on the needs that the field research usually points and the link of elements that constitute the perspective that is given to the investigation.

**Keywords:** Press. School of Annales. Content analysis. Newspapers.

## Introdução

Este texto traz algumas reflexões sobre Mídia impressa, História e Comunicação Social, tendo como norte considerações sobre o uso de periódicos como objeto e fonte de investigação. São feitas considerações por uma dimensão que contempla caminhos de investigação que se apoiam em bases referenciais, mas são, também, bastante pautados pela leitura pessoal, pelo enlace de elementos constitutivos do olhar de quem pesquisa.

Uma breve história da imprensa é trazida, assim como é explorado o cenário da Nova História, inaugurado pela Escola dos Annales, para apontar a legitimidade de documentos da mídia no uso da pesquisa em História e em campos de conhecimento correlatos, como é o caso da Comunicação.

Estreitando o olhar para as representações em Chartier como balizadoras, um primeiro caminho para aproximação com as fontes da mídia impressa que originam inferências e considerações da pesquisa, é indicado pelas aproximações com a Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (2011). São destacados, também, alguns indicativos que permitem dar início a uma análise que se aproxima das representações confrontando texto e contexto.

O estudo da mídia impressa se mostra de grande relevância nos campos da Comunicação e da História, pois reflete em suas páginas as interações e configurações de determinada sociedade, assim como a cultura de uma época. Ao considerar a presença desses veículos no cotidiano, a técnica de Análise de Conteúdo como possibilidade metodológica se mostra pertinente, pois auxilia na categorização dos dados e no tratamento das informações coletadas, favorecendo o desenvolvimento de interpretações referenciais que auxiliem na compreensão do periódico analisado.

## De onde partimos

Para iniciar a discussão sobre mídia impressa, é pertinente elucidar que a imprensa só alcançou as dimensões pelas quais hoje a identificamos no fim do século XIX, mas já no século XV, com a invenção do tipo móvel de Gutenberg, intensificou a divulgação do saber com suporte na impressão de livros, revistas, jornais e panfletos (SILVA; FRANCO, 2010).

O desenvolvimento da impressão possibilitou a reprodução precisa de determinada obra em centenas e até milhares de cópias (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993). Johann Gutenberg criou sua invenção a partir de uma grande prensa de uvas modificada. O inventor concretizou sua ideia ao produzir moldes de aço para cada letra, os quais poderiam ser utilizados repetidamente, alinhados em uma bandeja com a finalidade de formar palavras e frases. Ao molhá-los na tinta e pressioná-los sobre o papel, obtinha-se uma imagem bastante nítida, “[...] não havia erros como os cometidos comumente nas cópias à mão” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 38).

A Bíblia foi o primeiro projeto desenvolvido por Gutenberg. Pela primeira vez as Escrituras Sagradas estavam disponíveis em outros idiomas, não apenas no latim. Desta forma, o surgimento da prensa possibilitou a difusão da alfabetização, pois se expandiu a disponibilidade de livros em diversas línguas. As pessoas comuns passaram a ter acesso a conteúdos e conhecimentos antes restritos a uma minoria alfabetizada (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

A criação da prensa de Gutenberg possibilitou o posterior desenvolvimento de mídias noticiosas impressas. De acordo com DeFleur e Ball-Rokeach (1993), o primeiro veículo verdadeiro de comunicação de massa surgiu sob o formato de “jornal de tostão” na década de 1830, em Nova Iorque. Vendido a preços baixos para a classe média e trabalhadora, o jornal de tostão foi um sucesso e logo se disseminou ao redor do mundo.

Os novos meios de comunicação de massa – livros, jornais, revistas – trouxeram transformações importantes para a sociedade e para a comunicação humana no fim do século XIX. Esses veículos noticiosos – os periódicos - representavam novas formas de compreensão da realidade, ao considerar a rapidez de difusão de informações e a

potencialidade de registro e de preservação da memória (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

A Comunicação Social, ao debruçar-se sobre periódicos para compreender determinados fenômenos sociais, se coloca como campo interdisciplinar estratégico para a compreensão da contemporaneidade (CRUZ; PEIXOTO, 2007; SILVA; FRANCO, 2010), mas é na História que a investigação com a mídia impressa adquire legitimidade, por meio da proposta de compreensão do passado, da vida humana e suas complexidades inaugurada pelo movimento da escola dos Annales (*Os Annales d'Histoire Économique et Sociale (1929)*), revista acadêmica francesa que, no intuito de problematizar as perspectivas hegemônicas do período, difundiu uma nova abordagem interdisciplinar da História. Notoriamente reconhecida sobretudo a partir da sua terceira geração, na década de 1970, destacou-se a proposta da inserção de novos problemas, novas abordagens e novos objetos, dão lugar a uma nova perspectiva historiográfica (LE GOFF; NORA, 1976a, 1976b, 1976c), redimensionando a relação entre História e fontes de pesquisa, uma vez que a confluência desta com outras ciências possibilitou olhar para novos materiais com possibilidades de abordagem. A escola dos Annales pode ser considerada, assim, como um movimento de historiadores franceses vanguardistas que visavam modificar os paradigmas da chamada História tradicional, autoproclamada como a Nova História, “abrindo a disciplina aos olhares e teorias de outros lugares de conhecimento, ampliando o próprio domínio da História” (BARBOSA, 2014, p. 194).

No movimento dos Annales expressaram-se inquietudes e experiências de um novo exercício histórico, com base na proposição de pesquisa sobre sujeitos e objetos antes tais como mulher e família, infância e educação, livro e leitura, entre outros. Ao tratar do cotidiano e das contradições da história humana em um movimento desenraizado da noção positivista (RIBEIRO; SILVA; SILVA, 2014; BURKE, 1997; LE GOFF, 1990), as fontes passaram a ser ampliadas, de modo que se valoriza, agora, aquilo que o historiador enxerga como passível de análise, compreensão e interpretação (CAVALCANTE, 2002; SILVA; FRANCO, 2010; RIBEIRO; SILVA; SILVA, 2014).

A relação entre História e fontes de pesquisa foi redimensionada quando a confluência desta com outras ciências possibilitou esse olhar para novos materiais com possibilidades de serem abordados. Esta nova escola teórica mostrou-se como decisiva

não só para a História, mas também para outros campos de saberes, incluindo a Comunicação, “em função de dois postulados centrais: a percepção da importância dos diálogos disciplinares, reconhecendo a necessidade de aproximação com os bons vizinhos da História, e a vinculação da pesquisa histórica às preocupações do presente” (BARBOSA, 2014, p. 192). Explica a autora que, gradualmente, substitui-se a História que se preocupa com fatos isolados para, cada vez mais, se compreender aspectos coletivos e sociais.

Nesta direção,

Observa-se, cada vez mais, a influência das abordagens culturais, das quais os estudos de Roger Chartier, sobre práticas culturais compartilhadas por grupos que fazem uso e se apropriam dos produtos culturais, são exemplos importantes, sobretudo para os estudos da comunicação, cujas análises inauguram a preocupação de uma história cultural a partir da compreensão das práticas produzidas por aqueles que partilham um mundo também cultural. Um mundo que é desvendado não só por práticas, mas nas representações que são produzidas a partir das apropriações que cada ator cultural pode realizar ao reconstruir, pelas práticas, os textos que fazem parte do seu mundo (BARBOSA, 2014, p. 197-198).

Determinado texto é sempre produzido por um setor social e, por isso, não pode corresponder fielmente à realidade, mas a uma representação (CHARTIER, 1990). As representações, na visão de Chartier (1991), constituem-se como formas de classificar e de perceber, como instituições sociais que denotam divisões da organização social e práticas que constroem o próprio mundo social. “As representações não são simples imagens, verídicas ou enganosas, do mundo social. Elas têm uma energia própria que persuade seus leitores ou seus espectadores que o real corresponde efetivamente ao que elas dizem ou mostram” (CHARTIER, 2011, p. 27).

Analisar e questionar representações dos modos de ser e de viver, de fenômenos e situações presentes em fontes pertinentes para a pesquisa da História e da Comunicação envolve um trabalho cuidadoso e constante. A lida empírica com periódicos tem, neste sentido, como ponto de referência as possíveis influências em processos cujos aspectos evidenciados na mídia impressa analisada possam suscitar. Visões sociopolíticas da linha editorial, diagramação, elementos gráficos, iconográficos e textuais, formato, preço, tiragem, distribuição, circulação e identidade visual são

alguns indicativos pré-definidos que, invariavelmente, comunicam ao pesquisador dados orientadores para posteriores análises.

Scalzo (2003) reflete sobre a importância de considerar as especificidades do periódico em questão estudado. Por exemplo, no caso da análise da mídia impressa revista, a autora aponta três aspectos definidores: especialização, formato físico e periodicidade. Nota-se que as características apontadas também podem ser observadas em outros formatos de mídia impressa, como jornais e livros. O primeiro aspecto definidor, a especialização, refere-se à linha editorial do periódico direcionada às demandas de um público leitor. No caso de revistas, esse público é mais segmentado do que nos jornais<sup>3</sup>, pois existe um grande número de revistas para atender a diversos gostos de públicos específicos: periódicos de política, de economia, de cultura, de fotografia, de moda, de esportes, de automobilismo, de conteúdo infantil, de conteúdos sobre Ciência, etc.

O formato físico é o segundo aspecto definidor da mídia impressa revista (SCALZO, 2003). Nesse sentido, preocupa-se não apenas com o conteúdo que será publicado, mas também com a forma na qual ele será apresentado, ou seja, trata-se da forma como as informações serão colocadas na página do periódico. Como comentamos nos parágrafos anteriores, o formato físico da mídia impressa ressalta o aspecto visual do texto, como o tipo de papel, as cores, fontes e os recursos visuais utilizados, assim como o posicionamento dos elementos na página. O design da publicação facilita a leitura das informações e, desta forma, é essencial considerá-lo quando se realiza pesquisa científica sobre determinado periódico. Elementos gráficos como boxes, uso de fonte em caixa alta, destaques em cores diferentes, inserção de fios (linhas horizontais que dividem espaços entre conteúdos) e de vinhetas (pequenos títulos que marcam assuntos e temas recorrentes na parte superior da página) são exemplos de itens que hierarquizam a informação.

O terceiro aspecto definidor da mídia impressa revista é a periodicidade (SCALZO, 2003). Nota-se que, nessa especificidade, jornais e revistas se diferenciam. Enquanto os jornais apresentam edições diárias, as revistas apresentam periodicidade mais extensa, que pode ser: semanal, mensal, trimestral, semestral, anual, etc. Essa

---

<sup>3</sup> Em jornais, essas divisões se fazem geralmente em cadernos especiais ou suplementares, cuja criação aponta para a necessidade de novos campos temáticos, permitindo “a secundarização de conteúdos ou ainda a abertura de espaço para interesses de grupos específicos” (CRUZ; PEIXOTO, 2007, p. 267).

característica é bastante importante, pois reflete diretamente nos conteúdos a serem publicados, assim como no tipo de texto a ser produzido.

Ao considerar que o público leitor da mídia impressa revista é especializado, observa-se um aprofundamento maior nos assuntos, assim como um refinamento textual, tendo o jornalista/escritor mais possibilidades de trabalhar o estilo do texto, enquanto nos periódicos de publicação diária, privilegia-se a coleta de informações com base na periodicidade, que permite enxergar o desenvolvimento de processos e fenômenos (FARIA, 2013).

Outra diferença entre jornais e revistas apontada por Casali (2004) é a presença de conteúdos jornalísticos na publicação. Enquanto os jornais possuem predominância de publicação de conteúdos noticiosos<sup>4</sup>, as revistas já se caracterizam pela hibridez de seus conteúdos, também apresentando seções de materiais não jornalísticos, como conteúdos de entretenimento, por exemplo.

Os aspectos acima evidenciados das mídias impressas são fundamentais para uma compreensão mais aprofundada das representações nas pesquisas realizadas nos campos da Comunicação e da História. Ressaltamos que mesmo que as especificidades apresentadas por Scalzo (2003) e Casali (2004) reflitam em sua maior parte sobre características verificáveis na própria edição impressa da publicação (assuntos abordados, aspectos textuais, diagramação, elementos gráficos, periodicidade, tiragem, preço, etc), é também importante identificar características de contexto e de usos da mídia impressa analisada em pesquisas científicas, como questões referentes à produção, distribuição e circulação do periódico em questão.

Avaliar o contexto em que se insere determinada mídia impressa também reflete instituições e interações sociais entre os sujeitos, assim como aspectos culturais de determinados grupos e sociedades. Nota-se, portanto, a complexidade que envolve a análise de periódicos dentro dos campos da Comunicação e da História.

Nesta perspectiva, deve-se considerar a imprensa em sua historicidade, notando contextos e articulações mais amplas, ligadas à época em que o veículo de comunicação foi criado, dados de sua propriedade e equipe editorial, perfil este o qual reflete, de alguma forma, uma linha editorial pré-definida consoante com a cultura política de sua

---

<sup>4</sup> Pela tradição do formato, são poucos os espaços destinados para outros fins, como é o caso das colunas de piadas, palavras-cruzadas, horóscopo e sinopses de filmes em cartaz nos cinemas.

origem. O conteúdo impresso, pelos modos como traz as mensagens, do mesmo modo, também é capaz de revelar pistas das intenções e discursos que cada mídia carrega consigo.

Desta forma, antes de analisar um periódico, faz-se necessário desenhar um caminho metodológico coerente, a fim de desenvolver uma investigação com consistência sobre determinada publicação. A seguir, apresentamos uma possibilidade de abordagem metodológica referente a estudos de mídia impressa: a análise de conteúdo.

## **Para os primeiros contatos**

Ao considerar as representações (CHARTIER, 2011) como fontes de pesquisa nos campos da História e da Comunicação, têm-se diversas possibilidades de abordagem na análise de periódicos. Neste texto, discutimos especificamente algumas potencialidades referentes à técnica de análise de conteúdo. Como coloca Bardin (2011), a técnica foi desenvolvida inicialmente no departamento de Jornalismo da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos. Os primeiros estudos possuíam viés quantitativo e Lasswell é o primeiro nome que marca o campo, com suas investigações sobre imprensa e propaganda na década de 1910.

Entretanto, os usos atuais da técnica superaram as críticas iniciais sobre a abordagem, a qual apresentava tendência fortemente quantitativa (BARDIN, 2011). Desta forma, a análise de conteúdo interage com diversos aspectos subjetivos, dialogando com os campos da lexicometria, da enunciação linguística, da análise de conversação, da documentação e base de dados, entre outros. Nota-se, portanto, que além do caráter quantitativo da técnica, a análise de conteúdo também apresenta uma perspectiva qualitativa de investigação de determinado objeto de estudo, como no caso de análise de periódicos, por exemplo.

A análise de conteúdo, como instrumento das comunicações, permite explorar fontes de pesquisa em estudos empíricos com apoio de técnicas específicas, ainda que estas não sejam doutrinárias ou normativas. É necessário considerar, assim, que “não existe coisa pronta em análise de conteúdo” (BARDIN, 2011, p. 36). O método empregado depende diretamente do material que se deseja estudar e se dedica e ao tipo



de interpretação pretendida.

Brevemente, destacamos: a regra da exaustividade, em que todos os elementos do corpus são extenuantemente consultados, explorados e conhecidos; a regra da representatividade, pela qual se efetua o estudo com base em uma amostra representativa do universo inicial; a regra da homogeneidade, que permite que em universos mais similares, amostras menores sejam aceitáveis e representativas; e, por fim, a regra de pertinência, a qual constata que os documentos devem ser adequados e selecionados enquanto fonte de informação visando conformar-se ao objetivo que incentivou a análise.

Bardin (2011) ainda permite que se siga uma etapa cronológica pela qual, em linhas gerais, procede-se para 1) Pré-análise: seleção e organização do material documental. Na sequência, 2) Descrição Analítica: análise dos documentos tendo como base hipóteses e referenciais teóricos, pelos quais são identificados temas de estudo e tramas de relações, podendo-se fazer a sua decodificação, classificação e categorização. Por fim, 3) Interpretação referencial: elaboração de inferências e relações entre as bases documentais e teoria, mediante os dados empíricos e informações coletadas, permitindo a compreensão das relações entre o objeto de análise e seu contexto mais amplo.

Considerando as etapas da análise de conteúdo propostas por Bardin (2011), nota-se que a utilização da técnica possibilita o delineamento dos primeiros caminhos metodológicos. Pode-se utilizá-la para explorar as singularidades e detalhes de determinada mídia impressa direcionando a investigação para o estudo de exemplares específicos da publicação, segundo um recorte espacial e temporal pré-definido. Desta forma, a pesquisa se volta para as edições finalizadas da mídia analisada como corpus de análise, seus conteúdos, textos e recursos visuais utilizados.

Outra possibilidade de utilização de técnica de análise de conteúdo para investigação de mídia impressa pode se direcionar para os sujeitos participantes dos fluxos de circulação do periódico, desde a produção até a distribuição da publicação. Encontram-se envolvidos nesse processo jornalistas, escritores, editores, vendedores, leitores, entre outros atores. Nesse contexto de estudo, a fala dos sujeitos revela impressões e sutilezas sobre a mídia impressa em questão que não seriam observadas em uma análise voltada para os aspectos textuais e visuais da publicação. A partir do uso de estratégias metodológicas como, por exemplo, a aplicação de questionários e de

entrevistas para a captação da fala desses sujeitos, a técnica de análise de conteúdo se mostra como uma possibilidade de análise das informações coletadas, possibilitando o tratamento e posterior interpretação referencial das informações.

Abrem-se, neste sentido, numerosas opções capazes de contemplar caminhos de análise. Conforme aponta Silva (2013), geralmente, há três rumos principais para a lida empírica com a mídia impressa: 1) a dos produtores do discurso; 2) a dos leitores; e 3) a da linguagem, focada em representações e comunicação. Cada perspectiva dialoga com as demais em certo nível. O critério há de ser definido pelo pesquisador, segundo as necessidades que o objeto, temática e problema de pesquisa irão apontar.

## Considerações finais

A mídia gravou e destacou momentos marcantes da história, e os periódicos ocupam papel importante nesse processo, em um movimento no qual, para além de registrar, estes também apontam culturas, identidades e modelos sociais. Quando a imprensa é tomada como fonte de pesquisa, no entanto, não deve ser compreendida como efeito de verdade, mas como uma versão dentre tantas outras. Não compreendemos os discursos como verdadeiros, mas admitimos que há, nas representações neles presentes, uma força social das percepções do mundo que a elas confere uma versão legítima, pertinentes para os estudos da Comunicação Social e da História.

A mídia impressa, vista como produto cultural que reflete e cria visões de mundo, não fornece, de modo algum, conclusões únicas. Pode oferecer significados contraditórios, não resolvidos e que tem, portanto, um caráter orientado para a reconstrução de condições explicativas da realidade social, cujas discussões devem ser pautadas no rigor conceitual, análise e argumentação sólidas, ainda que não possam ser considerados terminadas, pois renovam-se a cada nova consulta.

## Referências

BARBOSA, Marialva Carlos. Escola dos anais. *In*: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.**

São Paulo: Contexto, 2014, p. 192-200.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BURKE, Peter. **A escola dos Annales (1929-1989): a revolução francesa da historiografia**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

CASALI, Caroline. **Gêneros, subgêneros e formatos da mídia impressa revista no Brasil**. Disponível em: [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/11/GT4-\\_04-\\_Generos\\_subgeneros\\_e\\_formatos\\_da\\_midia-\\_Caroline.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/11/GT4-_04-_Generos_subgeneros_e_formatos_da_midia-_Caroline.pdf). Acesso em: 19 jan. 2018.

CAVALCANTE, Maria Juraci Maia. O jornal como fonte privilegiada de pesquisa histórica no campo educacional. II Congresso Brasileiro de História da Educação: história e memória da educação brasileira. **Anais do II Congresso brasileiro de história da educação**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, 3 a 6 de novembro, 2002.

CHARTIER, Roger. **A História cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

\_\_\_\_\_. O mundo como representação. **Revista estudos avançados**, São Paulo, v. 5, n. 11, p. 173-191, 1991.

\_\_\_\_\_. Uma trajetória intelectual: livros, leituras, literaturas. *In*: ROCHA, João Cezar de Castro (Org.). **Roger Chartier: a força das representações: história e ficção**. Chapecó: Argos, 2011, p. 21-54.

CRUZ, Heloisa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. **Revista projeto história**, São Paulo, n. 35, p. 253-270, dez. 2007.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

FARIA, Eduardo Prado de. A imprensa diária como fonte de pesquisa na história. **Pergaminho**, Patos de Minas, v. 1, n. 4, p. 10-15, dez. 2013.

LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre (Org.). **História: novas abordagens**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976a.

\_\_\_\_\_. (Org.). **História: novos objetos**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976b.

\_\_\_\_\_. (Org.). **História: novos problemas**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976c.

LE GOFF, Jacques. **A história nova**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

RIBEIRO, Betânia de Oliveira Laterza; SILVA, Elizabeth Farias da; SILVA, Maria Aparecida Alves. **Jornal como fonte: uma das pontas do iceberg nas narrativas em história da educação**. Cadernos de História da Educação, Uberlândia, v. 13, n. 1,

jan./jun. 2014, p. 219-235.

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

SILVA, Márcia Pereira; FRANCO, Gilmar Yoshihara. Imprensa e política no Brasil: considerações sobre o uso do jornal como fonte de pesquisa histórica. **Revista história em reflexão**, Dourados, v. 4, n. 8, p. 1-11, jul./dez. 2010.

SILVA, Ana Cristina Teodoro da. Introdução à análise das imagens da imprensa. *In*: PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira; HAHN, Fábio André; MEZZOMO, Frank Antonio. **Instituições e sociabilidades**: religião, política e juventudes. Campo Mourão: Editora Fecilcam, 2013, p. 103-122.