



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

MARLON CALEBE PIMENTEL

CAMPUS DA CIÊNCIA:

Uma Revista de Jornalismo Científico

Londrina
2025

MARLON CALEBE PIMENTEL

CAMPUS DA CIÊNCIA:

Uma Revista de Jornalismo Científico

Trabalho
de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Estadual de Londrina - UEL,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Bacharel em Jornalismo.

Orientador
: Prof. Dr. Silvio Ricardo Demétrio

Londrina
2025

P644c Pimentel , Marlon Calebe.

Campus da Ciência : Uma Revista de Jornalismo Científico / Marlon Calebe Pimentel . - Londrina, 2025.
38 f. : il.

Orientador: Silvio Ricardo Demétrio.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Graduação em Jornalismo, 2025.

Inclui bibliografia.

1. Ciência - TCC. 2. Jornalismo - TCC. 3. Revista - TCC. 4. Segmento - TCC.
I. Demétrio, Silvio Ricardo. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação Comunicação e Artes. Graduação em Jornalismo. III. Título.

CDU 070

MARLON CALEBE PIMENTEL

Uma Revista de Jornalismo Científico

Trabalho de
Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Estadual de Londrina - UEL,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Bacharel em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Silvio Ricardo Demétrio
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Me. Mario Benedito Sales
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Reinaldo César Zanardi
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina,
26 de fevereiro de 2025.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente ao meu irmão, que foi fundamental na minha realização do curso, nem de perto conseguirei superar as energias positivas que você depositou em mim. Sempre me deu todo apoio necessário.

Queria também deixar meus agradecimentos ao meu orientador, que compartilhou seu conhecimento na produção do meu produto, me dando dicas e direcionamento, além de acreditar no meu potencial. Juntamente, sou extremamente grato a banca examinadora do meu TCC, docentes que me abriram novas perspectivas para a produção da minha revista, disponibilizando e se colocando à disposição para me ajudar.

Acredito que é importante e necessário agradecer a todos que dedicaram seu tempo a fazer parte do meu trabalho e pesquisa, todos os personagens envolvidos. E por último, mas não menos importante, devo muito da minha trajetória até aqui à professora Maria Cecília Guirado, que foi uma grande parceira nos anos de faculdade.

RESUMO

PIMENTEL, Marlon. **CAMPUS DA CIÊNCIA: Uma Revista De Jornalismo Científico**. 2025. 38 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2025.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso apresenta uma iniciativa experimental denominada Campus da Ciência: Uma revista de jornalismo científico. A ideia principal da revista é o processo de acessibilidade das pessoas à ciência e, principalmente, ao que diz respeito ao conhecimento que não é de fácil acesso, ou mesmo aquilo que é pouco abordado e é direcionado de maneira subjetiva. A metodologia baseou-se nas pesquisas bibliográficas de pesquisadores da área da comunicação, que trouxeram aprofundamento acerca das questões de segmentação em veículos e funcionamento de uma revista segmentada. Os resultados foram mais do que satisfatórios, a realização de produto totalmente gratuito, digital, em formato A4, 28 páginas e periodicidade mensal, direcionado às pessoas que estão fora do meio acadêmico é importante para o acesso da comunidade à ciência. Todo o processo foi importante para os fins que foram destinados a esse produto, tornando possível entender a relevância do conhecimento científico.

Palavras-chave: Revista; Ciência; Acessibilidade; Segmentada.

ABSTRACT

PIMENTEL, Marlon. **Science Campus: A Scientific Journalism Magazine**. 2024. 38 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina, 2024.

This undergraduate thesis presents an experimental initiative called Science Campus: A Scientific Journalism Magazine. The magazine's main idea is to promote accessibility to science, particularly regarding knowledge that is not easily available or is rarely addressed and often presented in a subjective manner. The methodology was based on bibliographic research by communication scholars, providing in-depth insights into segmentation in media outlets and the functioning of a specialized magazine. The results were more than satisfactory: the creation of a completely free, digital product aimed at individuals outside the academic sphere is crucial for expanding access to science. The entire process was essential for achieving the intended goals, demonstrating the importance of scientific knowledge.

Keywords: Magazine; Science; Accessibility; Segmented.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cores das seções

25

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Medidas e Defesas	34
Tabela 2 – Logotipo da revista	34
Tabela 3 – Chamada de capa	34
Tabela 4 – Fio-data e paginação	34
Tabela 5 – Titulação (geral)	35
Tabela 6 – Texto (geral)	35
Tabela 7 – Crédito de texto e imagem	35
Tabela 8 – Box	35
Tabela 9 – Legendas de imagens	36
Tabela 10 – Seção de saúde	36
Tabela 11 – Seção de física	36
Tabela 12 – Seção de tecnologia	36
Tabela 13 – Subtítulos	36
Tabela 14 – Título principal	37
Tabela 15 – Expediente	37
Tabela 16 – Texto do expediente	37
Tabela 17 – Texto da crônica	37
Tabela 18 – Título do artigo	37
Tabela 19 – Título painel (sumário)	38
Tabela 20 – Texto do painel	38
Tabela 21 – Título carta aberta	38
Tabela 22 – Texto carta aberta	38

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	RELATÓRIO CONCEITUAL	12
2.1	JORNALISMO CIENTÍFICO	12
2.2	JORNALISMO SEGMENTADO	16
2.3	JORNALISMO NAS REVISTAS	18
2.4	HISTÓRIA DA REVISTA	19
2.5	CAMPUS DA CIÊNCIA	21
2.5.1	Revista Digital	22
2.5.2	Design da Revista	23
3	MEMORIAL DESCRITIVO	24
3.1	IDENTIDADE VISUAL	24
3.1.1	Tipografia	26
3.2	PAUTAS	27
3.3	LINGUAGEM E PÚBLICO ALVO	28
3.3	SEÇÕES	28
4	CONCLUSÃO	30
	REFERÊNCIAS	32
	APÊNDICES	34
	APÊNDICE A	34
	Projeto Gráfico	34

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo científico desempenha um papel crucial na disseminação do conhecimento e na promoção do letramento científico entre o público geral. Em um mundo cada vez mais impulsionado pela ciência e tecnologia, é essencial que informações científicas sejam acessíveis e compreensíveis para todos os segmentos da sociedade. No entanto, a complexidade dos temas científicos e a falta de recursos didáticos apropriados podem dificultar essa comunicação.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo a criação de uma revista de jornalismo científico, que busca traduzir e ampliar diversas pautas que acontecem no meio científico, trazendo a ciência e assuntos importantes para a sociedade em geral.

A escolha pelo formato de revista digital se dá pela sua durabilidade e pelo impacto visual que pode proporcionar, além de atingir um público que ainda valoriza a leitura tradicional e chegar aos que se interessam pelos apelos visuais da diagramação e design de uma revista de características impressa, sem necessitar ir a uma banca de revistas ou assinar um pacote que disponibiliza a leitura. A revista Campus da Ciência, acima de tudo, é uma iniciativa gratuita e de livre acesso para os apreciadores de ciência e/ou para aqueles que só querem se manter entretidos com informações que fogem do cotidiano das pessoas. Mais importante são aqueles assuntos de conscientização, principalmente relacionados ao bem-estar das pessoas.

O projeto envolve várias etapas, desde a pesquisa de conteúdo relevante até a distribuição da revista por meio da plataforma Issuu. Os conteúdos selecionados são baseados em níveis de atratividade e relevância social, por exemplo, o aumento de casos de diabetes em crianças no país, incluindo desdobramentos do assunto.

A metodologia inclui entrevistas com pesquisadores, profissionais especialistas em diversos temas, produção de textos jornalísticos e design. O fato de incluir entrevistas diretas com pessoas que participam ativamente da construção de conhecimento científico leva ao melhor entendimento sobre a pauta selecionada.

Esse processo leva cada vez mais adiante a diminuição no risco de cometer erros em relação ao que está sendo escrito em uma revista. Imaginando que a veiculação jornalística de ciência passava inicialmente pelas mãos de cientistas, é quase impossível não recorrer ao conhecimento desses especialistas. Cada uma dessas etapas será detalhada no Memorial Descritivo ao longo do trabalho e

demonstrando o processo criativo e operacional envolvido na produção de um meio de comunicação ligado ao jornalismo científico.

A iniciativa busca não apenas informar, mas também estimular a curiosidade entre os leitores, promovendo uma cultura de valorização e apego à ciência. Com isso, espera-se contribuir para que as pessoas possam ter uma opção de leitura mais acessível e tecnicamente bem apurada

2 RELATÓRIO CONCEITUAL

2.1 JORNALISMO CIENTÍFICO

O jornalismo científico, inicialmente, seria muito semelhante à divulgação científica, principalmente se levarmos em consideração que o princípio básico dos dois é a disseminação das novas descobertas ou matérias sobre ciência, mas existem características distintas, principalmente voltadas à linguagem utilizada. Entende-se que o jornalismo segmentado em ciência acaba sendo uma extensão da divulgação científica, ou mesmo um método.

A condição de gênero implica que o jornalismo científico atua, em princípio, em conformidade com os procedimentos rotineiros de qualquer outra expressão jornalística. O contato com as fontes, a obtenção e checagem das informações e a formatação do texto noticioso, com o emprego de um vocabulário de fácil compreensão são algumas das tarefas requeridas do jornalista, qualquer que seja a especialidade (Bertolli, 2006, p. 3).

A ideia seria ampliar os estudos, divulgações ou descobertas de cientistas até que cheguem às pessoas leigas ou cientistas, baseado em uma linguagem mais acessível e atrativa do que a utilizada em artigos científicos. Buscando aproximar a comunidade externa as pesquisas desenvolvidas em âmbitos acadêmicos ou laboratoriais.

Segundo Burkett, (1990, p. 5), a redação de ciência é um entre muitos novos tipos de comunicação especializada que evoluíram no século XX.

Mais de cinco mil pessoas, apenas nos Estados Unidos, consideram-se “escritores de ciência” porque passam o tempo todo ou a maior parte dele escrevendo sobre temas das áreas de conhecimento altamente organizadas conhecidas como ciência. Isso inclui os campos óbvios cobertos pelas ciências físicas, tais como a física e a química, e as ciências naturais, biologia e zoologia, por exemplo, e todas as suas ramificações. Redigir ciência também abrange temas como a aplicação da ciência através da engenharia e tecnologia e, especialmente as ciências-arte da medicina e cuidados com a saúde. As ciências sociais e de comportamento também são temas que competem ao redator científico (Burkett, 1990, p. 5).

Se levarmos em conta que a ciência é um bem público, que influencia a sociedade e tem importância para todos, podemos entender que a redação científica caminha em direção para o externo, visando a ampliação desse tipo de conhecimento.

O que nos importa aqui é tratar da necessidade de as pessoas, o maior número possível delas dentro de uma sociedade, terem acesso a informações científicas. Em particular as que afetam diretamente a vida, que têm efeitos políticos, econômicos e sociais imperceptíveis a pessoas não informadas (Oliveira, 2002, p. 11).

Segundo Oliveira (2002), o acesso das pessoas à ciência e tecnologia é um mecanismo importante para a propagação de uma cultura científica para o público que se mantém distante dela por motivos distintos. Essa disseminação é um alicerce para a democratização do acesso ao conhecimento.

Os jornalistas necessitam estabelecer conexões fluidas com seus leitores, já que conceitos e termos técnicos do campo científico tornam-se uma “sopa de letrinhas” aos olhos dos leigos. É necessário que a escrita seja simples, atrativa e concisa, buscando encantar, entreter e informar aqueles que não detêm o conhecimento pleno sobre o assunto. Tudo isso depende da maneira que o redator se conecta e exemplifica o que é dito a seu leitor.

Para Bertolli (2006), é costumeiro que os jornalistas usem técnicas para a maior facilidade no entendimento da leitura sobre assuntos científicos, por exemplo, o uso de “metáforas e analogias”, como colocado pelo autor. Entretanto, existe um contraponto a isso, que é a perspectiva dos especialistas em relação ao uso dessas estratégias jornalísticas.

O emprego de tais recursos são, via de regra, execrados pelos cientistas que, com frequência, afirmam que “não declararam” aquilo que aparece na imprensa como sendo fruto de seu depoimento e, mais ainda, que o uso de metáforas e analogias pode levar a erros e simplificações interpretativas de suas ideias e, em resultado, deporem contra o próprio entrevistado e a equipe de pesquisadores da qual faz parte (Bertolli, 2006, p. 5).

O jornalista também precisa estar atento em como divulgar a notícia científica, pensando em assuntos que fogem do conhecimento popular e necessitam ser atrativos para o maior número de pessoas possíveis. O redator precisa atentar-se aos usos de linguagens mais sedutoras (chamativas), algumas vezes com características literárias. Apesar da contradição dessas narrativas por parte dos cientistas, elas desempenham papel importante para ampliar o valor atrativo dos materiais produzidos.

À medida que os escritores de ciência espalham informação fora do núcleo das disciplinas científicas, a ciência perde alguma precisão e muito do jargão técnico. Nos meios de comunicação de massa – jornais, rádio e televisão – a

ciência torna-se popularizada e até mesmo “sensacionalizada”, e por uma boa razão. Mulheres, homens e crianças, na maioria das vezes com tempo limitado e frequentemente cansados, tem pouco incentivo para mergulharem na prosa indigesta, que pouco significado oferece às suas vidas cotidianas (Burkett, 1990, p. 8).

Quando Burkett fala de linguagem sensacionalista é passível de muita discussão, já que a experiência com o termo (sensacionalismo) é negativa em diversos âmbitos da ciência e que a utilização do método, na maioria das vezes, traz produtos que causam desserviço a toda comunidade. Entretanto, é necessária uma perspectiva mais atrativa nos títulos e reportagens científicas. Nisso podemos utilizar a linguagem literária e termos simplificados, que não necessitam de grande conhecimento linguístico e técnico, priorizando o entendimento e o aprendizado do leitor.

Pensando assim, é necessário se desapropriar do termo “sensacionalismo”, e buscar a única coisa importante que remete a ele, que é a adesão do público, mas com responsabilidade pelo real, sem exageros e pseudoconhecimento, priorizando o que realmente é feito e não aquilo que é realizado pelo simples desejo de engajamento.

Outro ponto que exclui a necessidade das práticas sensacionalistas é a relação com os pesquisadores, que não veem com muito bons olhos as exposições de seus trabalhos, ou o seu nome vinculado a um produto desse teor. Para alguns cientistas, essa abordagem dos redatores que buscam maior difusão na divulgação de suas matérias, seria uma distorção de seu trabalho, essa questão foi levantada por Albagli (1996, p. 399), (...) ao mesmo tempo, o estilo sensacionalista usado por muitos jornais populares, como apelo comercial, criou o que se tornou conhecido como Gee Whiz Science, e a aversão de muitos cientistas pela comunicação de seus trabalhos por meio desses instrumentos de informação.

Portanto, entende-se que a questão das linguagens sensacionalistas é prejudicial ao jornalismo científico, tornando-se um simples método de angariamento de cliques e a atenção dos leitores disfarçada de curiosidade pelo espetacular.

Nota-se uma crescente no número de matérias “papa cliques”, de cunho sensacionalista, para fisgar o internauta, aumentar a quantidade de visitantes. Com isso, conseguir angariar mais anunciantes ou, pelo menos, números de acessos. Fazendo uma análise crítica das mensagens, há ressalvas quanto à profundidade, bem como preocupação com o interesse público (Mendes, 2020, p. 11).

Outro aspecto do jornalista científico é a cultura da ciência, que às vezes passa batido por muitas pessoas e até redatores. Muitos entendem que os conteúdos são produzidos na academia ou em laboratórios, levados por um pensamento de experiência, frieza e racionalidade, mas, não é assim que funciona, já que a ciência é feita por humanos e mantém-se suscetíveis aos erros e desejos humanos. Burkett (1990) comenta que o leitor jamais pensaria que a maioria das experiências são fracassos e que o campo científico é uma área desordenada de tubos de ensaios quebrados, falhas de energia, ratos morrendo e competição. Muitas vezes, no momento de redigir uma matéria sobre ciência é investigar a suposta necessidade de competição científica, usada em diversos momentos para cientistas agirem com falta de ética nas suas pesquisas.

Ao escrever sobre ciência, os escritores lidam com uma cultura humana de personalidades que muitos cientistas prefeririam não merecesse publicidade. A ciência tem seus heróis ousados, suas vítimas de violentação e pilhagens políticas e intelectuais, seus mourejadores e seus desprezados (Burkett, 1990, p.11).

Se analisarmos as definições propostas para o jornalismo científico, os conceitos de atualidade, periodicidade e difusão são os mais importantes para se entender a relação do jornalismo com a divulgação científica. A identidade dos processos de criação jornalística passa por valores que precisam ser aceitos nos momentos de veiculação.

Podemos entender que a atualidade trata do valor de tempo, como uma recente descoberta, acontecimentos que estejam em pauta nos momentos atuais; periodicidade está ligada à quantidade de veiculações de notícias sobre ciência; jornalismo, as atividades necessitam de um espaço de tempo no qual as pessoas têm acesso ao material. A difusão está ligada ao acesso que as pessoas têm a notícia sobre ciência. Um dos pontos especiais para o jornalismo científico é o tipo de canal a ser utilizado (TV, rádio, internet ou jornal impresso), já que as características se alteram, mas de qualquer modo servem para a transmissão para as massas.

É importante ressaltar que a ciência em si já é prejudicada em sua base, pela falta de responsabilidade de pessoas com intenções negativas e é pior quando se imagina que os personagens que encabeçam a divulgação e o jornalismo científico também ficam em dívida com a sociedade.

[...] são comuns os registros que versam sobre o escasso empenho das universidades em prepararem os estudantes para a militância na área da divulgação científica. O jornalista não foge a esta regra e, se é comum invocar-se o despreparo do público para entender os fatos e os conceitos empregados pelos cientistas, é necessário se ressaltar que os próprios profissionais da comunicação tendem a demonstrar o mesmo ou até superior (des)conhecimento (Bertolli, 2006, p. 9).

Assim como abordado por Bertolli (2006), o processo de disfunção do jornalista e a ciência têm início com a graduação, já que são consideradas “raras” as instituições de ensino superior com a graduação em jornalismo que ofertam disciplinas especiais ou optativas direcionadas ao jornalismo científico, muito menos fazer parte da grade curricular do curso. “Foi somente na década passada que surgiram os cursos de especialização que, mesmo assim, ainda são escassos frente à demanda dos meios de comunicação e o interesse do público” (Bertolli, 2006, p. 9).

2.2 JORNALISMO SEGMENTADO

O jornalismo segmentado reflete a necessidade de adaptar conteúdos jornalísticos a públicos específicos, definidos por interesses e características comuns. Embora muitas vezes confundido com o jornalismo especializado, ambos possuem distinções importantes. Enquanto o jornalismo especializado foca em áreas específicas do conhecimento e dialoga com um público que já tem domínio técnico, o jornalismo segmentado busca atender a grupos baseados em critérios como faixa etária, gênero ou preferências culturais, utilizando uma linguagem acessível a todos, independentemente do nível de familiaridade com o tema.

A segmentação surge na medida das diferenciações de público, com a ampliação das condições de participação dos grupos sociais como constituintes de uma ordem identitária e passível de representação. Primeiro se impôs a fronteira de gênero, quando as mulheres se constituíram, como alteridade e, portanto, segmentos de público (e mercado) a serem contemplados; depois, esta diferenciação também foi se dando por geração (produtos específicos para o público jovem) e classe social. Hoje, esta segmentação é ainda mais refinada, buscando promover a identificação do público por estilo de vida ou gostos comuns (Elman, 2008, p. 23)

Para Moraes (1998), o jornalismo segmentado difere-se em algumas características do jornalismo especializado, que por indução mercadológica acaba se

confundindo e se perdendo em essência. Baseado nisso, a autora conclui que o jornalismo especializado é aquele direcionado a um público especializado, que deveria entrar em choque com as características ligadas ao segmento, mas pela necessidade de abrangência e engajamento de notícias e reportagens científicas, o público não se atualizou, só foi direcionado para o que ela chama de leitor comum.

Assim, meu questionamento toma forma na hora em que tento mostrar que o público cativo da ciência nas seções específicas dos grandes meios de comunicação não é um tipo “novo” de público nem, tão pouco, especializado, estando muito mais para um público segmentado que os meios construíram em função de sua segmentação imposta pelo mercado. Levantadas essas questões posso inferir que o leitor interessado nas notícias sobre ciência nos grandes meios traz o perfil de um leitor de massa que chamo de leitor comum (Morais, 1998, p. 2).

A segmentação caracteriza-se pela adaptação de temas para atender a públicos que compartilham interesses em comum. Esse processo envolve a simplificação de conteúdos e a tradução de conceitos técnicos para uma linguagem clara e compreensível, garantindo que qualquer indivíduo dentro do grupo consiga compreender a mensagem. Diferentemente da especialização que, muitas vezes, restringe o alcance do conteúdo a quem já domina o assunto. , O segmento preza pela democratização da informação, respeitando as especificidades do público.

Segundo Bahia (1990), o jornalismo especializado percorre um trajeto do específico para o específico, enquanto o jornalismo de massa desloca-se do particular para o coletivo. Isso significa que, no jornalismo em geral, escreve-se para um público amplo e diversificado, direcionando-se ao leitor desconhecido. Já no jornalismo segmentado ou especializado, há uma compreensão mais aprofundada sobre o público-alvo, como se o jornalista soubesse exatamente para quem está comunicando a informação, o que está profundamente ligado à necessidade de quem essa notícia vai atingir.

Pensando nessa ideia, o especializado não se desvincularia do segmentado, mas não para todos os estudiosos da área, que veem o mercado das publicações de jornalismo científico como sendo generalista e sem novas perspectivas, necessitando de veículos que tragam uma especificidade que as grandes revistas não podem trazer.

Essa prática surge também como uma estratégia no campo editorial. Ao identificar grupos com interesses particulares, o interesse jornalístico desenvolve produtos direcionados que atendem a essas demandas específicas. Isso resultou na

criação de publicações que focam em temas como decoração, arquitetura, esportes ou cultura pop, destacando-se pela capacidade de oferecer conteúdos personalizados, adequados às expectativas de públicos segmentados.

O jornalismo de segmento exerce um papel central nesse processo, funcionando como um mediador. Ele conecta temas específicos a grupos maiores do que os considerados como nichado (cientistas, pesquisadores e especialistas), traduzindo informações técnicas e facilitando o acesso ao conhecimento. Nesse contexto, o objetivo não é apenas informar, mas também promover uma participação mais ativa do público na compreensão de temas relevantes, tornando a informação mais inclusiva e socialmente significativa.

Essa abordagem reforça a importância da segmentação como ferramenta de inclusão, promovendo a aproximação entre as mídias e a sociedade, ao mesmo tempo em que atende às necessidades de um mercado cada vez mais diversificado.

2.3 JORNALISMO NAS REVISTAS

O jornalismo praticado em revistas é caracterizado por sua capacidade de oferecer um conteúdo mais aprofundado e segmentado, direcionado a públicos específicos. Desde as primeiras manifestações desse tipo de publicação, como na Alemanha do século XVII, as revistas destacaram-se por abordar temas direcionados, diferenciando-se dos jornais de circulação ampla. Essa segmentação, mais do que uma estratégia editorial, tornou-se a essência das revistas ao longo da história, permitindo a conexão direta com interesses particulares de grupos distintos.

O jornalismo de revista surgiu no século XVII, durante o Iluminismo, com publicações de academias e sociedades científicas que tinham o objetivo de promover a colaboração sistemática entre cientistas, pesquisadores e eruditos. A primeira que se tem notícia foi publicada na Alemanha em 1663 e tinha como nome: “Erbauliche Monaths-Unterredungen”, (Edificantes Discussões Mensais). Na época, a revista tinha cara e jeito de livro, mas era considerada revista, pois trazia artigos sobre o mesmo assunto, (teologia), sendo voltada especificamente para um determinado público. A publicação foi fundada por Johann Rist, teólogo, poeta e autor de hinos religiosos (Pantarotto, 2012, p. 43 - 44).

Ao desenvolver uma revista que aborda temas como saúde, ciência e sociedade, é fundamental compreender a importância do foco temático no jornalismo. Diferentemente do modelo de jornais diários, que frequentemente buscam atender a

um público mais abrangente, as revistas dedicam-se a explorar temas com profundidade, trazendo reflexões e informações detalhadas que atendem a interesses específicos. Essa abordagem permite não apenas informar, mas também educar e engajar os leitores de maneira mais eficaz.

Ao dispor de um tempo maior para informar, analisar e interpretar o fato, a revista semanal de informação não busca extremos de imparcialidade. Além do mais, a imparcialidade é um mito da imprensa diária. Um mesmo texto pode conter informação, análise, interpretação e ponto de vista. Outra característica da revista semanal de informações é assumir mais declaradamente o papel de formadora de opinião. O texto é decorrência disso. Para tirar da informação uma conclusão implícita ou explícita é preciso raciocinar. E isto é pessoal. Assinar um texto é como assinar um cheque: a matéria também tem que ter fundo (VILAS BOAS, 1996, p. 34).

No contexto atual, com a ampla disseminação de informações pela internet, o papel do jornalismo de revista torna-se ainda mais desafiador e relevante. A segmentação do conteúdo, aliada à seleção e hierarquização criteriosa de informações, permite que as revistas entreguem aos leitores materiais que sejam confiáveis, acessíveis e de alta qualidade. Além disso, o suporte de profissionais especializados em cada área abordada, como saúde, astronomia e biologia, reforça a credibilidade da publicação e estabelece uma ponte entre o conhecimento técnico e o público leigo.

Portanto, a revista atua como um instrumento de democratização do conhecimento, utilizando a segmentação e uma linguagem acessível como pilares para ampliar o impacto do jornalismo. Essa abordagem vai ao encontro das tendências históricas e contemporâneas que moldaram o papel das revistas no cenário da comunicação, reafirmando sua relevância como um meio diferenciado e necessário para informar e conectar-se com públicos diversos.

Até por causa de sua periodicidade - que varia entre semanal, quinzenal e mensal - as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura. (SCALZO, 2003, p. 13).

2.4 HISTÓRIA DA REVISTA

As revistas surgiram como um formato inovador de publicação, diferenciando-se dos livros e jornais ao oferecer conteúdo mais especializados e acessível a

diferentes públicos. No século XVII, a França foi pioneira nesse modelo com o *Journal des Savants*, lançado em 1665. O periódico abordava descobertas científicas e novidades literárias, influenciando outras publicações, como o *Giornali dei Litterati* na Itália, três anos depois. Essas primeiras revistas tinham um caráter mais acadêmico e não utilizavam ainda o termo “revista” em seus nomes, pois se assemelhavam a livros em seu formato e aprofundamento dos temas (Scalzo, 2003).

No final do século XVII, as publicações começaram a diversificar seus conteúdos e alcançar novos públicos. Um exemplo disso foi a *Le Mercure Galant*, lançada na França em 1672, que inovou ao incluir temas sobre moda e etiqueta, além de notícias sobre a corte. Já no século seguinte, surgiram revistas voltadas para diferentes segmentos da sociedade. Em 1731, a Inglaterra viu o lançamento da *The Gentleman’s Magazine*, uma das primeiras a se aproximar do conceito moderno de revista, abordando política, literatura e ciência em um único volume.

Nos Estados Unidos, as revistas começaram a ganhar força apenas no século XIX, impulsionadas pelo avanço das técnicas de impressão e pelo crescimento do público leitor. Um marco importante foi a publicação da *Illustrated London News* em 1842, na Inglaterra, que revolucionou o setor ao ser a primeira revista ilustrada, utilizando desenhos detalhados para complementar suas reportagens. Seu sucesso inspirou outras iniciativas, como a francesa *L’Illustration*, que introduziu a prática de buscar ativamente notícias, um princípio essencial do jornalismo moderno (Ali, 2009).

A diversificação dos temas continuou ao longo do século XIX, com a criação de revistas voltadas para públicos específicos. Nos Estados Unidos, a *Godey’s Lady’s Book*, lançada em 1830, consolidou-se como uma das principais publicações femininas da época. No mesmo período, surgiram as primeiras revistas científicas, como a *Scientific American*, que permanece em circulação até hoje. Esses títulos permitiram que leitores comuns tivessem acesso a conteúdos antes restritos ao meio acadêmico, tornando a informação mais acessível.

No século XX, as revistas consolidaram-se como um dos principais meios de comunicação de massa. Em 1923, os Estados Unidos viram o lançamento da *Time*, criada para fornecer um resumo das principais notícias da semana de forma clara e organizada (Scalzo, 2003). Poucos anos depois, a *Life* introduziu um modelo inovador de revista ilustrada, priorizando imagens de alta qualidade para contar histórias visuais. Seu impacto foi tão grande que influenciou o desenvolvimento do

fotojornalismo e definiu um novo padrão para as publicações do gênero.

O mercado de revistas femininas também evoluiu nesse período. Em 1945, foi lançada na França a Elle, que combinava moda, comportamento e cultura. No entanto, o maior fenômeno editorial voltado ao público feminino veio em 1965, com a criação da Cosmopolitan, que conquistou leitores ao redor do mundo e permanece uma das revistas mais vendidas até hoje.

Além do crescimento das revistas voltadas para mulheres, o mercado masculino também encontrou seu espaço. Em 1953, Hugh Hefner lançou a Playboy, apostando em um modelo que combinava ensaios fotográficos e reportagens de qualidade. Segundo Ali (2009), a primeira edição foi um sucesso imediato, garantindo a continuidade da publicação e consolidando o segmento de revistas masculinas.

Com o tempo, as revistas se tornaram cada vez mais segmentadas, atendendo públicos específicos e atraindo o interesse dos anunciantes. Esse modelo de negócios permitiu que os custos de produção fossem financiados pela publicidade, tornando as revistas mais acessíveis e ampliando sua circulação. Assim, consolidaram-se como um dos principais veículos da indústria da comunicação, desempenhando um papel fundamental na disseminação de conhecimento e cultura.

2.5 CAMPUS DA CIÊNCIA

A revista Campus da Ciência é uma publicação de periodicidade mensal, voltada para um público interessado em ciência. Seu propósito é disseminar informações científicas de maneira acessível, buscando alcançar o maior número possível de leitores engajados com o tema.

Diferentemente de outras publicações segmentadas, a Campus da Ciência não se restringe a um público específico, mas adota um princípio editorial que privilegia a abrangência, garantindo que os conteúdos sejam compreensíveis tanto para acadêmicos quanto para leitores curiosos sobre ciência.

A quantidade de reportagens publicadas pode variar de acordo com a relevância dos temas e a demanda de cada edição. Dessa forma, a revista mantém sua flexibilidade editorial, garantindo que os assuntos mais pertinentes ao momento sejam abordados com profundidade e qualidade.

Seu compromisso com a divulgação científica reflete a importância de

aproximar a sociedade do conhecimento acadêmico, promovendo o interesse pela ciência e contribuindo para uma cultura de informação qualificada. Esta revista é a ponte do jornalismo científico segmentado e a democratização do conhecimento.

O produto contém 28 páginas, no formato A4, por ser uma iniciativa totalmente gratuita, não houve a necessidade de usar anúncio. Foi utilizado somente o logotipo da Universidade Estadual de Londrina (UEL) no expediente da revista.

2.5.1 Revista Digital

A revista, enquanto veículo de comunicação e produto cultural, carrega uma rica história que reflete a evolução da sociedade e dos meios de comunicação. Desde seu surgimento no século XIX, a revista consolidou-se como um meio híbrido, combinando jornalismo e entretenimento, capaz de abordar temas variados e estabelecer uma conexão singular com seus leitores. Contudo, a digitalização da informação trouxe desafios e oportunidades para esse formato, que hoje se encontra em plena adaptação às demandas do ambiente virtual.

Segundo Manta (1997), a produção e a distribuição nas mídias eletrônicas representam uma revolução sobre a mídia impressa, com o pensamento de que o conteúdo é facilmente disseminado em tempo significativamente baixo, podendo ainda ser modificado, o que não acontece com o texto impresso.

A essência de uma revista, historicamente vinculada ao ato de “revisitar” (como sugere a origem etimológica do termo), é profundamente marcada pela interação visual e pela experiência sensorial proporcionada por suas páginas.

Conforme Scalzo (2003), a materialidade do papel, a qualidade da impressão e o design visual têm um papel essencial na criação de identidade e no engajamento do leitor. No entanto, o desafio contemporâneo reside em preservar essa essência no contexto das revistas digitais, ao mesmo tempo em que se aproveitam as possibilidades oferecidas pela tecnologia.

As revistas digitais têm a capacidade de transformar a experiência tradicional de leitura ao incorporar elementos que permitem o compartilhamento instantâneo, visitas em qualquer lugar, necessitando apenas de um dispositivo móvel.

Enquanto uma revista impressa oferece uma experiência tátil e colecionável, o formato digital permite uma acessibilidade maior, com conteúdos compartilháveis,

disponíveis a qualquer momento e em qualquer lugar. Além disso, a interatividade proporcionada por ferramentas digitais cria novas formas de engajamento entre o editor e o público, permitindo personalização e feedback em tempo real.

No entanto, o sucesso de uma revista digital depende de sua capacidade de respeitar as características que definem o formato desde sua origem. Para Scalzo (2003, p.), “quem define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor”. Assim, mesmo no ambiente digital, é essencial criar uma experiência que dialogue com os interesses e as expectativas de um público específico, fortalecendo a identidade e a sensação de pertencimento.

Nesse sentido, a criação de uma revista digital representa um encontro entre o passado e o futuro. De um lado, preserva-se a curadoria editorial, o apelo visual e a conexão com o leitor; de outro, exploram-se as potencialidades tecnológicas para criar um produto inovador e relevante. O desafio é transformar a digitalização em um meio de enriquecer, e não de descaracterizar, a experiência que as revistas sempre proporcionaram.

A transição das revistas para o ambiente digital não é apenas uma adaptação às mudanças tecnológicas, mas uma oportunidade de reimaginar seu papel na sociedade contemporânea, mantendo sua essência histórica enquanto aproveita o poder das novas plataformas para alcançar e engajar leitores de maneiras antes inimagináveis.

2.5.2 Design da Revista

O design de uma revista de jornalismo científico é um importante ponto para que o leitor seja pego e mantenha a sua atenção, principalmente, quando o público não é restrito a especialistas no assunto que é abordado. Existe a noção de que os especialistas são leitores de artigos, pesquisas e textos de mais complexidade, o que leva a tensionar a ideia de que o relevante para esse grupo específico é o que está escrito.

O público mais amplo não tem tempo de participar de maneira ativa da ciência, então, existe um apego muito grande à imagem, que busca captar o leitor, mas não exclui o fato de um bom texto garantir a continuidade de um material.

É comum abrir uma revista, folheá-la e logo fechá-la, pois dependendo o modo em que uma reportagem foi estruturada em uma determinada página, é comum que o público não tenha interesse em lê-la. O texto pode ser interessante, mas se não houver comunicação visual entre a página da revista e o leitor, provavelmente o texto não será lido (Pantarotto, 2012, p. 63).

É importante entender que cada segmento usa de maneira relativa a disposição gráfica, por exemplo, na revista de moda se usa muitas fotografias de estúdio, mas poucos elementos como tabelas, gráficos e artes. Isso pode se configurar como uma necessidade do público alvo. Podemos identificar que a descrição de uma peça de roupa nem de perto é tão sedutora quanto uma imagem dela. Nesse caso em especial, o design é baseado no uso de imagens, que são complementadas pelo texto escrito.

A imagem vira texto, com séries de fotos construindo verdadeiras “frases visuais”; e o texto vira imagem quando recorre a figuras de estilo que nos fazem visualizar a pessoa ou a cena, ou sugerem emoções e sentimentos. O texto imagético, a imagem textual: um casamento que deu muito certo nas revistas. (BUITONI, 1990, p. 19).

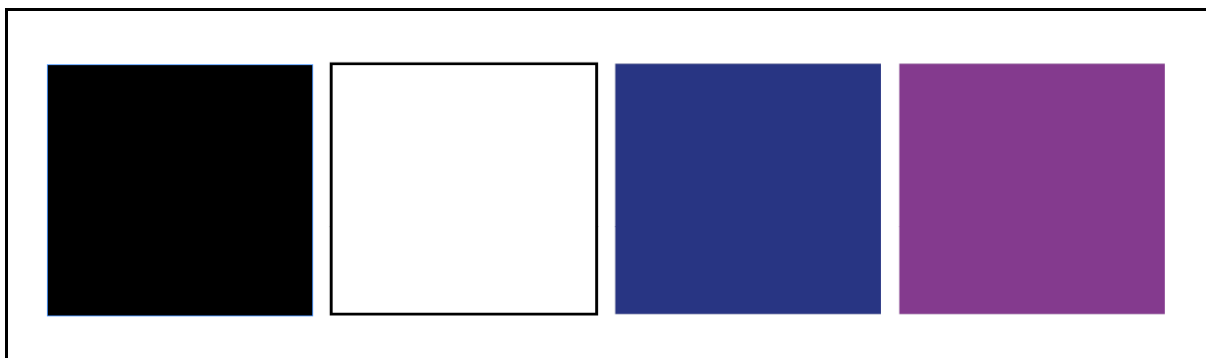
3 MEMORIAL DESCRITIVO

3.1 IDENTIDADE VISUAL

A parte da diagramação é realizada de acordo com a produção das matérias, levando em consideração as mudanças que podem ocorrer no momento das pautas e nos desdobramentos das entrevistas. A diagramação e a identidade visual são baseadas nas cores: preto, branco, azul e roxo, relacionadas às seções.

A seleção das cores foi baseada em um estudo simplificado da obra *A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão*, escrita pela alemã Eva Heller. Segundo a escritora, “cor é mais do que um fenômeno óptico, mais do que um instrumento técnico”.

Figura 1 - Cores das seções



Fonte: autor

A seleção do preto foi pensada pela sua estética de atualidade e jovialidade. Outra noção adotada é a elegância da cor, sem contar que o preto é característico da tipografia de qualquer material de características impressas. No projeto é utilizado em todas as fontes das matérias (titulação, texto e crédito de imagem).

O preto é a cor preferida de dez por cento das mulheres e homens. Para nenhuma outra cor essa preferência fica tão patentemente determinada em função da idade – melhor dizendo, da pouca idade: dentre os homens dos 14 aos 25 anos, 20% citaram o preto como cor predileta; dentre os de 26 a 49 anos, apenas 9%; dentre os acima de 50 anos, nenhum citou o preto como cor predileta. Entre as mulheres, o gosto pelo preto também oscila com a idade. Cerca de 15% das mulheres jovens citaram o preto como cor predileta; dentre as com mais de 50 anos, apenas 6%. Quanto mais idade se tem, menos se aprecia o preto (Heller, 2012, p. 304).

A cor branca é principalmente voltada pela sua característica de precisão, clareza e verdade. Nos momentos da seleção de imagens, é levado em consideração as que tenham elementos da cor branca, principalmente na editoria de *Saúde*, que ao longo do design da revista foi adotado para contrastar essas ideias otimistas em assuntos complexos.

A clareza e a exatidão são os dois componentes mais fortes da verdade. Branco ou preto, sim ou não, entre eles nada deve haver. De ambos esses conceitos resulta o acorde branco-preto-azul [...] Em inglês, branco significa também “decente”. Uma “mentira branca”, a white lie, é uma mentira cortês. Com branco, tudo se torna positivo (Heller, 2012, p. 369).

O azul é provavelmente a cor que não poderia faltar no projeto. Além da recomendação do orientador, o azul foi a primeira cor selecionada desta revista, já que em sua identidade, ela carrega ideias de inteligência e ciência. Na construção das

artes e elementos artísticos, é imaginado uma grande influência do azul.

O azul é a principal cor das virtudes intelectuais. Seu acorde típico é azul e branco. Essas são as principais cores da inteligência, da ciência, da concentração. A esportividade, embora não seja uma virtude intelectual, goza, no entanto, de tamanho prestígio social, que é igualmente dominante no acorde azul-branco (Heller, 2012, p. 73).

A última cor escolhida no processo de criação do design da revista foi o roxo, que surgiu como ideia a partir da retomada nos conceitos das cores. Foi analisado que o roxo trazia uma certa noção de ser atrativo, a cor será utilizada na editoria de Física, imaginando a grandiosidade dos acontecimentos que acontecem no cosmos.

O violeta é percebido como uma cor extravagante. Violeta-prata-ouro é o acorde da elegância não convencional, ao contrário do preto-prata-ouro, que é o acorde da elegância tradicional. O violeta é a mais singular das cores. Nada do que vestimos, nada do que nos rodeia é violeta por natureza. O que existe na cor violeta existe sempre também em muitas outras cores (Heller, 2012, p. 461)

O uso de artes criadas por IA foram de grande ajuda e utilidade, já que uma grande característica das revistas científicas é a parte gráfica. Pensando na inviabilidade de contratar artistas para fazerem esses trabalhos, busquei essas ferramentas que me ajudaram a produzir um material visualmente mais atrativo.

Além disso, fiz a utilização de algumas imagens disponibilizadas pelas fontes, já que algumas situações são muito complexas de serem fotografadas por uma câmera. Exemplo disso é a matéria sobre o Observatório Estrela do Sul, que fotografa eventos e a estrutura cósmica ao redor. Logo é impossível de registrar sem ajuda de aparatos tecnológicos para tal finalidade.

Todas as práticas de diagramação, efeitos gráficos são realizados no Adobe Indesign 2019; os demais elementos no Canva Pro.

3.1.1 Tipografia

A tipografia é parte fundamental na escolha para a criação de uma revista, principalmente ligada ao estilo do segmento da revista. Ainda mais com a capacidade que se tem nos dias atuais.

Antigamente, quem tinha conhecimento sobre o assunto eram apenas as pessoas que trabalhavam nesse meio, como os tipógrafos, técnicos ou

designers especializados. Além disso, não tinha tanta variedade de tipos, tamanhos e estilos como se encontra atualmente. No entanto, com o advento da computação gráfica é possível que qualquer pessoa utilize centenas de tipos, fontes e estilos (Pantarotto, 2012, p. 81).

Para Ali (2009), o uso da tipografia é fundamental no estabelecimento da identidade da revista, permitindo que esse recurso faça parte da caracterização do texto, dando destaque ao que é escrito, instaurando que “cada tipo tem seu próprio caráter e manuseio apropriado” (Ali, 2009, p. 122).

No processo de escolha da tipografia dos textos foi selecionada a fonte Tahoma, pela simplicidade e facilidade na leitura do material. Para o logotipo da revista e Seções foi utilizada a fonte OCR A Extended, que remete a uma característica científica, com bordas achatadas e design futurista.

Para a legenda das imagens é utilizada a fonte Arial (modo Bold), mesma ideia para o crédito de legenda e de reporter, entretanto, é adotado o modo Italic.

3.2 PAUTAS

No momento da criação de pautas é levado em consideração o potencial de chegar às pessoas e como esse conhecimento pode ser útil para a sociedade. Ponto importante da minha pesquisa por pautas que dê relevância para as pessoas que necessitam de informações de forma objetiva, tentando ao máximo desvincular a ideia de um público restrito, sempre trazendo profissionais e personagens que buscam a democratização da informação de maneira simples e clara.

É importante ressaltar a divulgação de projetos e teses desenvolvidas dentro da UEL, levando isso em consideração, o planejamento é mostrar algumas pesquisas em uma das seções (Física, Saúde, entre outras). Na edição piloto foi escolhida a do doutorando no curso de Física Ricardo Gonzatto, que trata...

As pautas selecionadas foram pensadas no caráter no qual a obra instrui o redator que “julgar bem a importância das notícias faz parte do processo de tomada de decisões do jornalista bem-sucedido” (Burkett, 1990, p. 49).

3.3 LINGUAGEM E PÚBLICO ALVO

A revista foi desenvolvida com o objetivo de abordar pautas científicas de

maneira acessível e atrativa, voltada para um público leigo que deseja obter informações sobre temas de interesse geral, como diabetes, astronomia, obesidade e biologia. O público-alvo abrange leitores que, embora não possuam formação técnica ou acadêmica nas áreas abordadas, têm interesse em compreender esses assuntos e aplicá-los em seu cotidiano.

Compreendendo que a comunicação eficiente depende de uma linguagem adequada, optou-se por um estilo mais simples e direto, que elimina jargões e termos excessivamente técnicos. A linguagem utilizada busca tornar os conteúdos compreensíveis, democratizando o acesso à informação sem comprometer a qualidade e a precisão dos dados apresentados.

Além disso, para garantir a credibilidade das informações, cada pauta é construída com o apoio de profissionais especializados nas áreas abordadas. Esses especialistas são responsáveis por esclarecer conceitos complexos, validar dados e oferecer uma visão técnica traduzida de forma acessível para o público geral. Essa estratégia não apenas fortalece a confiabilidade da revista, como também contribui para uma ponte entre o universo acadêmico e o leitor comum.

Dessa forma, a revista assume um papel educativo e inclusivo, promovendo a disseminação do conhecimento científico de maneira prática e aplicável, alinhada às necessidades de seu público-alvo.

3.4 SEÇÕES

A revista *Campus da Ciência* é subdividida por Seções de alguns campos científicos, como Saúde, Física e Tecnologia. As reportagens iniciam-se após o painel (sumário), iniciando pela Saúde, que teve a escolha baseada na abrangência que se pode dar aos temas relacionados e não somente à medicina.

A seção de saúde tem início na página 6 e vai até à página 11. Nesse espaço desenvolvi um artigo relacionado ao aumento da Diabetes em crianças e como isso pode ser abordado; outro trabalho de importante relevância foi a reportagem com teor de conscientização e explicação feita com a médica endocrinologista Marjorie Mith, formada em Medicina pela UEL, que buscou abordar os aspectos negativos acerca da obesidade e como superar a doença. Por último, mas não menos importante, realizei uma pesquisa com a nutricionista Cristina Oliveira, que revelou diversos e

importantes pontos acerca da creatina (suplemento em pó).

Em relação à seção Física, foi um processo mais complexo, inúmeras pautas sobre o assunto caíram. Foi possível desenvolver um material com um doutorando do Departamento de Física da UEL, buscando entender e divulgar sua tese de doutorado, que relaciona imagens feitas pelo telescópio Planck ao estudo da homogeneidade do universo. Outra pauta que acabou sendo extremamente importante foi a colaboração com o Observatório Estrela do Sul, que faz o monitoramento dos corpos celestes pelo telescópio, e posteriormente acabou resultando nas imagens que são uma espécie de ensaio fotográfico, disponibilizadas de maneira gratuita pelo Observatório, com a única condição de que fossem creditadas na revista.

Na última seção, abordei um dos mais relevantes para tecnologia nos últimos meses até este momento, que é a ascensão da plataforma de inteligência artificial DeepSeek, a empresa chinesa que foi responsável por causar mais de 1 trilhão em prejuízos para as grandes empresas de tecnologia europeias e dos Estados Unidos.

Infelizmente, sendoum processo totalmente individual, a maioria das pautas selecionadas são consideradas frias, com a intenção de trazer uma perspectiva mais ligada ao que é feito em revistas como a Superinteressante. Apesar de a concorrência com as revistas de mais recursos, acredito que o fato de ser um material gratuito e com personagens do cotidiano das pessoas, fazem a revista Campus da Ciência tornar-se uma possibilidade interessante para quem procura conhecimento de maneira atrativa e aproximada a nossa realidade.

Considerações

A disseminação do conhecimento científico desempenha um papel essencial na construção de uma sociedade informada e engajada com a pesquisa. No entanto, o acesso à ciência ainda é restrito a um público limitado, muitas vezes restrito ao meio

acadêmico ou a grupos com maior familiaridade com a linguagem científica. Diante desse cenário, a necessidade de veículos segmentados que tornem o conhecimento acessível a diferentes públicos torna-se cada vez mais evidente. Este estudo analisou a importância do jornalismo científico, explorando as características editoriais e os impactos da transição das revistas científicas para plataformas virtuais, com foco na ampliação do alcance da ciência para aqueles que normalmente não têm acesso a ela por meios convencionais.

Um dos principais desafios identificados foi a diferenciação entre jornalismo especializado e jornalismo segmentado, dois conceitos fundamentais para a categorização das publicações científicas. A revisão teórica permitiu identificar que o jornalismo especializado aprofunda temas com rigor técnico e precisão acadêmica, enquanto o jornalismo segmentado adapta o conteúdo para diferentes perfis de leitores, tornando a informação mais acessível e compreensível. Essa distinção foi crucial para a estruturação da proposta editorial, que busca equilibrar a qualidade da informação com uma linguagem acessível para um público mais amplo.

Além disso, a análise sobre o formato das revistas digitais revelou a necessidade de adaptar a apresentação do conteúdo ao meio virtual, garantindo que ele seja compreendido por pessoas com diferentes níveis de escolaridade e familiaridade com o tema. Diferentemente das publicações impressas, as revistas digitais oferecem a possibilidade de inserção de hiperlinks, vídeos, infográficos interativos e outros recursos multimídia que enriquecem a experiência do leitor. Esses elementos são fundamentais para tornar a comunicação científica mais envolvente e acessível, especialmente para aqueles que não estão habituados ao formato acadêmico tradicional.

Outro fator relevante identificado foi a importância da acessibilidade e da usabilidade em publicações científicas digitais. A adaptação da linguagem acadêmica para formatos mais dinâmicos, sem comprometer a precisão das informações, mostrou-se essencial para ampliar o público da ciência. Além disso, a responsividade das plataformas, garantindo que o conteúdo possa ser acessado de maneira otimizada em diferentes dispositivos, como computadores, tablets e smartphones. Dessa forma, a revista digital torna-se uma ferramenta para democratizar o acesso ao conhecimento, atingindo públicos que antes não teriam contato com essas discussões.

Os resultados obtidos indicam que a criação de um periódico digital voltado à divulgação científica é uma iniciativa viável e necessária. O modelo proposto diferencia-se das revistas científicas tradicionais ao priorizar conteúdos acessíveis e interativos, explorando as potencialidades do meio digital para tornar a comunicação científica mais envolvente e dinâmica.

Diante dessas reflexões, a revista Campus da Ciência surge como um espaço inovador para a comunicação científica no ambiente digital. Seu propósito vai além da simples disseminação do conhecimento: busca dar visibilidade à ciência para aqueles que, por diferentes razões, não têm acesso fácil a ela. Ao abordar temas que vão desde inovações tecnológicas até desafios enfrentados pela pesquisa acadêmica, a revista propõe-se a ser um canal de aproximação entre o universo científico e o público geral, tornando a ciência parte do cotidiano e incentivando a curiosidade e o interesse por novas descobertas.

A experiência adquirida ao longo do desenvolvimento da revista possibilitou um aprendizado significativo sobre as novas formas de divulgação do conhecimento, consolidando uma visão mais ampla sobre as possibilidades oferecidas pelo meio digital. Mais do que uma publicação acadêmica, o Campus da Ciência representa um compromisso com a democratização do saber, garantindo que a ciência alcance aqueles que realmente precisam dela.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, Sarita. **Divulgação Científica**: informação científica para cidadania. Ci. Inf. Brasília, set./dez. v. 25, n. 3, p. 396-404, 1996.

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

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: história da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

BERTOLLI FILHO, C. (2006). **Elementos fundamentais para a prática do Jornalismo Científico**. Disponível em: bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf Acesso em: 6 de dezembro de 2024.

BURKETT, W. **Jornalismo Científico**. Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Editorial, 1990.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa feminina**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1990

ELMAN, Debora. **Jornalismo e estilo de vida**: o discurso da revista Vogue. Dissertação de Mestrado. PPG em Comunicação e Informação. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. (trad.) Maria Lúcia L. da Silva. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

MANTA, A. **Guia do jornalismo na Internet**. 1997. Trabalho de Conclusão de Curso. (Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1997.

MENDES, Mariana Muniz; MORICATO, João de Melo. **Das apresentações públicas às redes sociais**: apontamentos sobre divulgação científica na mídia brasileira. Comunicação & Informação, Goiânia, v. 23, p. 1-16, 2020.

MORAIS, Wilma. Divulgação científica: público especializado ou público segmentado? UFPE, 1998. Disponível em: . Acesso em: 23 jan. 2025.

DE OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2002.

PANTAROTTO, Rafaela. **Galerie: uma revista de design de interiores para Londrina e região**. 2012. 108 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Centro de Ciências Empresariais e Sociais Aplicadas, Universidade Norte do Paraná, Londrina, 2012.

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

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. Coleção novas buscas em comunicação: v.52. São Paulo: Summuus, 1996.

APÊNDICES

APÊNDICE A

PROJETO GRÁFICO

Tabela 1 - Medidas e Defesas

Elemento	Altura	Largura	Defesas/Cabeça/Pé
Jornal duas páginas)	297 mm	210 mm	Cabeça: 15 mm, Pé: 15 mm, Lado direito (LD): 10 mm, Lado esquerdo (LE): 10 mm

Duas colunas	**	**	2 colunas (Defesa entre colunas: 8,46666)
28 páginas	**	**	28 (vinte e oito)

Tabela 2 – Logotipo da revista

Fonte	OCR A Extended
Modo	Regular
Corpo	49 pontos
Alinhamento	a esquerda
Cor	Branco / C:100 M:0 Y:0 K:0
Cor do traçado	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 3 - Chamada de capa

Fonte	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular
Corpo	40 pontos
Alinhamento	Centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100
Fonte frase	Arial Bold
Fonte pág.	Rockwell Extra Bold

Tabela 4 – Fio-data e paginação

Fonte	Haettenschweiler
Modo	regular
Corpo	9 pontos
Alinhamento	À esquerda página par, à direita página ímpar
Cor	Branco / C:100 M:0 Y:0 K:0
Cor do traçado	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 5 - Titulação (geral)

	Titulação primária (par)	Titulação primária (ímpar)
Fonte	Rockwell Extra Bold	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular	Regular

Corpo	30 pontos	30 pontos
Alinhamento	À esquerda	À direita
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 6 – Texto (geral)

Fonte	Tahoma
Modo	Regular
Corpo	10 pt
Alinhamento	Justificado com a última linha alinhada à esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 7 – Crédito de texto e imagem

Fonte	Arial
Modo	Itálico
Corpo	10 pontos
Alinhamento	Centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 8 – Box

Fonte	Arial
Modo	Itálico
Corpo	10
Alinhamento	Justificado com a última linha à esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 9 – Legendas de imagens

Fonte	Arial
Modo	Bold Italic
Corpo	10 pontos
Alinhamento	centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100 ou Branco / C:100 M:0 Y:0 K:0
Observações	<i>É importante ressaltar que algumas</i>

	<i>imagens tem o alinhamento à direita</i>
--	--

‘Tabela 10 – Sessão de saúde

Fonte	OCR A Extended
Modo	Regular
Corpo	36 pontos
Alinhamento	À esquerda
Cor	Azul / C:100 M:90 Y:10 K:0

Tabela 11 - Sessão de física

Fonte	OCR A Extended
Modo	Regular
Corpo	36 pontos
Alinhamento	À direita
Cor	Roxo / C:65 M:88 Y:0 K:0

Tabela 12 - Sessão de tecnologia

Fonte	OCR A Extended
Modo	Regular
Corpo	36 pontos
Alinhamento	À direita
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 13 - Subtítulos

Fonte	Tahoma
Modo	Bold
Corpo	10
Alinhamento	Alinhado à esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 14 - Título principal

Fonte	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular
Corpo	30 pontos
Alinhamento	À esquerda (ímpar), à direita (par)

Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100
-----	---------------------------

Tabela 15 - Expediente

Fonte	OCR A Extended
Modo	Regular
Corpo	36 pontos
Alinhamento	Centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 16 - Texto do expediente

Fonte	Tahoma
Modo	Bold
Corpo	12 pontos
Alinhamento	Centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 17 - Texto da crônica

Fonte	Arial
Modo	Italic
Corpo	13
Alinhamento	Justificado com a última linha centralizada
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 18 - Título do artigo

Fonte	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular
Corpo	36 pontos
Alinhamento	À esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 19 - Título painel (sumário)

Fonte	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular
Corpo	40 pontos
Alinhamento	À esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 20 - Texto do painel

Fonte	Arial
Modo	Bold
Corpo	12 pontos
Alinhamento	Centralizado
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 21 - Título carta aberta

Fonte	Rockwell Extra Bold
Modo	Regular
Corpo	30 pontos
Alinhamento	À esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100

Tabela 22 - Texto carta aberta

Fonte	Tahoma
Modo	Regular
Corpo	10 pontos
Alinhamento	Justificado com a última linha à esquerda
Cor	Preto / C:0 M:0 Y:0 K:100