

A Infografia Interativa como Nova Linguagem Webjornalística: Uma Análise a partir do Site do Jornal Folha de São Paulo¹

Patrícia Medeiros de Lima²

Ed Porto Bezerra³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

Inserida no contexto das tecnologias digitais e do webjornalismo, a proposta do artigo consiste em realizar uma análise de como a Infografia Interativa vem sendo utilizada quanto nova linguagem e prática jornalística no campo digital para noticiar. Essa análise se dará através do Site do Jornal Folha de São Paulo devido a sua relevância na esfera das inovações tecnológicas voltadas para convergência midiática digital, como também seu desenvolvimento na produção infográfica. O advento tecnológico e as novas formas de comunicação causadas por meio da cibercultura são fatores que determinaram as reconfigurações do jornalismo e o crescente desenvolvimento de infográficos para noticiar. Os dispositivos tecnológicos permitiram que os infográficos evoluíssem dentro dos novos formatos das práticas da comunicação múltipla, interativa e de moldes de leitura diferenciada como jamais imaginado antes. Diante disso, analisaremos por meio de infográficos interativos como a construção da notícia webjornalística é realizada junto à produção e linguagem infográfica.

Palavras-chave: Cibercultura; Tecnologias Digitais; Webjornalismo; Infografia Interativa.

Introdução

O advento tecnológico no âmbito do jornalismo causou transformações em sua prática de produção, como também na forma de receptividade do leitor, telespectador e ouvinte. Várias dimensões do jornalismo se modificaram com o avanço rápido e convergente da mídia digital. Desta forma, hoje, o webjornalismo se caracteriza pela disposição de informações de forma hipertextual, multimidiática e interativa, caracterizando a prática jornalística por meio da velocidade, superficialidade, customização do conteúdo, atualização contínua, interatividade, dentre outras.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Novos Meios e Novas Linguagens, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas – Gmid/PPGC. E-mail: patricialimajornalista@gmail.com

³ Professor Pós-Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. E-mail: ed_porto@uol.com.br

No campo da infografia também não foi diferente e diante do processo tecnológico os infográficos evoluíram em seu contexto produtivo, devido principalmente às possibilidades gráficas, interativas e multimídia. A infografia acompanha o processo de evolução das produções jornalísticas desde os modelos feitos à mão no século XVIII até o surgimento dos aparatos tecnológicos, com os computadores e *software*.

Inserida neste contexto, a infografia interativa vêm surgindo como novo formato de produção jornalística, nova linguagem midiática e reconfigurando o fazer webjornalístico. Mudanças ocorridas devido à lógica do fenômeno do ciberespaço e da cibercultura, que podem ser observadas com o surgimento de novos arranjos midiáticos, por meio das inovações na forma de produção, distribuição, disponibilidade e recepção das informações.

Assim sendo, destacamos a importância de compreender e analisar a temática apresentada neste trabalho dentro do cenário do jornalismo contemporâneo, que apresenta novos formatos de noticiar, em que entendemos a utilização da infografia interativa como uma dessas múltiplas linguagens dos desenvolvedores produtivos da informação.

Quando nos voltamos para os questionamentos e discussões diante de tantas reconfigurações proporcionadas pelo fenômeno da cibercultura, como a convergência midiática, multimedialidade e os formatos interativos de comunicação, surgem questões no que diz respeito aos novos processos das mídias e suas linguagens que estão transformando a prática produtiva do jornalismo.

Como as notícias estão sendo pensadas e produzidas diante do novo mapeamento do campo digital e em especial de suas linguagens? Essa pergunta aguça este artigo principalmente diante do cenário da utilização da linguagem infográfica interativa para noticiar. E ainda indagamos como os critérios da produção webjornalística são pensados diante dos parâmetros de relevância, noticiabilidade, valores-notícia que fundamentam a produção da notícia desde o desenvolvimento dos meios tradicionais e suas teorias.

Segundo Cairo (2011) mesmo com o surgimento das tecnologias e todo o processo transformativo que envolve seu impacto na comunicação e no jornalismo, a linguagem infográfica na esfera jornalística deve seguir os princípios éticos,

deontológicos e teóricos inerentes à sua prática, pois acompanhar os preceitos da informação elaborada com fundamentação de relevância jornalística se faz necessário.

O notório crescimento da utilização da infografia interativa para noticiar e se os infográficos considerados como jornalísticos são produzidos no contexto das narrativas jornalísticas e de seus elementos teóricos estruturantes são pontos que nos leva a reflexão de como a comunicação e a cultura na era tecnológica midiática podem ser pensadas e analisadas dentro dos novos formatos de produção e distribuição das informações.

Tecnologia, Cibercultura e Jornalismo

Na ruptura do monopólio comunicacional e de um processo apoiado em regimes e ideologias de pequenos grupos detentores dos meios de comunicação o século XX vem marcar a quebra dos formatos comunicativos até então existentes. Essa ruptura ocorre com a chegada das tecnologias digitais, da internet e com o surgimento do ciberespaço e da cibercultura.

A nova conjuntura dos formatos de distribuição, compartilhamento informativo e recepção de conteúdo, não somente transformou o campo da comunicação e da informação, mas também modificou as interações dos indivíduos, os aspectos das esferas sociais, políticas e econômicas das sociedades.

O advento da tecnologia e o surgimento da internet transformaram as interações entre as pessoas principalmente na lógica sociocultural. As tecnologias midiáticas e o processo da cibercultura proporcionam outras possibilidades e parâmetros para a construção da identidade dos sujeitos, dos meios e suas produções. Este formato midiático permite hibridizações com potencial de transformação da realidade social, como também da prática jornalística.

Na lógica deste âmbito McLuhan (1964) já afirmava que as tecnologias afetariam a sociedade criando tipos de lazer e trabalho novos e que o globo já representava uma vila. Assim, a internet é um meio de comunicação, de interação e de organização social abrangente e que nos coloca diante da emergência dos novos formatos de linguagem das mídias e dos receptores.

A instalação da rede de comunicação eletrônica em 1969 por meio da ARPA (Agência de Projetos de Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa norte-americano) fez surgir formatos comunicacionais jamais imaginadas antes, com a vida sendo pautada pela a rede e na rede.

Assim sendo, o advento tecnológico, o ciberespaço e a cibercultura surgem como desfecho da nova sociedade midiaticizada. Lemos e Lévy (2010) afirmam que o nascimento do ciberespaço reconfigurou a forma de comunicação entre os indivíduos e se dá em diversas dimensões, apresentando a informação em formatos diferenciados, intensificando a interação, potencializando o armazenamento e surgindo como novo meio de comunicação onde as pessoas navegam, produzem e compartilham informação.

Ainda nesta vertente André Lemos contextualiza o ciberespaço e a cibercultura da seguinte forma:

Podemos entender o ciberespaço à luz de duas perspectivas: como o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual), e como o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta, a internet. Estamos caminhando para uma interligação total das duas concepções do ciberespaço, pois as redes vão se interligar entre si e, ao mesmo tempo, permitir a interação por mundos virtuais em três dimensões. O ciberespaço é assim, uma entidade real, parte vital da cibercultura planetária que está crescendo sob os nossos olhos. (LEMOS, 2010, p. 128)

As tecnologias da informação e da comunicação notadamente revolucionaram os meios tradicionais de se comunicar e potencialmente ampliaram os processos de produção, divulgação e interação. Os fenômenos do novo meio passaram a ser na vida contemporânea a realidade comunicacional das pessoas e de suas interações, fazendo nascerem múltiplas formas de linguagem, leitura, consumo, entre outras.

Neste ambiente de possibilidades o jornalismo passa por momentos transformativos em que o ciberespaço surge como nova mídia em que podemos navegar, produzir e compartilhar informações. E este fenômeno é norteado pela a esfera tecnológica digital que conforme Primo (2008) abre novas formas de comunicação e reconfigura os meios tradicionais.

O jornalismo viveu e ainda viver mudanças principalmente em sua prática diária, em que os processos da tecnologia e da cibercultura modificaram, o perfil do

jornalista, o formato produtivo dos fatos, por meio da convergência midiática, do hipertexto, da rápida distribuição de conteúdos, papel interativo do receptor, entre outras.

Conforme Rüdiger (2011, p. 7):

A cibercultura pode ser entendida como uma formação histórica de cunho prático e cotidiano, cujas linhas de força e rápida expansão, baseadas nas redes telemáticas, estão criando, em pouco tempo, não apenas um mundo próprio, mas, também, um campo de reflexão intelectual pujante, dividido em várias tendências de interpretação.

Seguimos o pensamento de Rüdiger quando enfatiza que a cibercultura pode se compreendida por uma formação abrangente da prática e do cotidiano. A tecnologia, o ciberespaço e todo o processo que envolve estas dinâmicas afetaram os mapeamentos sociais e midiáticos e hoje nos deparamos com reconfigurações no campo jornalístico abordado neste trabalho, principalmente quanto à produção e distribuição dos conteúdos informativos.

Desta forma, a nova mídia que advém com a evolução tecnológica nos leva a pesquisa e observação dos fenômenos que envolvem essa rede de interações, para assim, entendermos a conjuntura dos parâmetros da comunicação, dos indivíduos e dos meios diante das reconfigurações rápidas que ocorrem tanto na vida em sociedade, como no campo das práticas jornalísticas.

Novos Formatos Midiáticos: Notícias Webjornalísticas e Infográficas

Quando falamos em webjornalismo nos reportamos rapidamente às transformações que a prática profissional passa no contexto de configurações produtivas da *web*. Não falamos mais do jornalismo de via única, mas o da forma múltipla, compartilhada e interativa, em que diversas ferramentas digitais possibilitam personalização, customização e torna cada vez mais sofisticado o formato de produção e distribuição da notícia.

A notícia, matéria prima do jornalismo vem se transformando diante das possibilidades dos recursos multimídia, dos bancos de dados, do hipertexto e dos novos modelos e formatos que a realidade da *web* proporciona e disponibiliza.

As transformações produtivas do fazer jornalístico são reflexos do processo vivenciado a partir da lógica da rede digital e destacamos neste trabalho as mudanças por que passam a produção e disponibilização da notícia junto à produção infográfica interativa. A notícia em formato infográfico demonstra-se por uma linguagem própria, que segundo Moraes (2013) é constituída por sistemas híbridos, que congregam texto e imagem, linguagem verbal e não verbal e é multimodal.

Seguindo o princípio da produção de relevância jornalística, embora as notícias estejam cada vez mais recebendo e agregando formatos e linguagens de acordo com o contexto em que se encontram disponíveis, como por exemplo, a linguagem infográfica, as dimensões dos critérios teóricos produtivos do jornalismo devem ser priorizadas mesmo diante da atual conjuntura dos cibermeios.

Para Silva (2010) a infografia é sim elemento integrante do campo jornalístico em suas esferas de deontologia, captação, produção, edição e relações ideológicas. Desta forma, às ferramentas que surgem na dinâmica da era tecnológica midiática possibilitam informações facilitadas, narrativas mais dinâmicas, interatividade e uma vasta gama de possibilidades de lidar com as informações, seja para quem as produz, ou para quem as consomem.

A infografia no campo webjornalístico pode ser assim contextualizada e considerada pertencente a este processo da comunicação cibercultural e dos novos arranjos produtivos dos fatos.

O contexto da notícia em sua dimensão produtiva de fatos relevantes, com critérios de valores-notícia, noticiabilidade, créditos da informação e fontes, princípios fundamentados na teoria *newsmaking* que segundo Pena (2005) parte do pressuposto de referência da realidade e construção da notícia, devem assim como na produção de conteúdo dos meios tradicionais seguir para os meios de conjuntura das linguagens e formatos digitais.

Traquina (2012) e Jorge (2013) defendem que a notícia e seu contexto dentro dos gêneros jornalísticos nos norteiam para o entendimento dos elementos de produção métodos e critérios que baseiam a prática jornalística seja em que meio forem pensadas e produzidas.

Assim, quando partimos para a linguagem infográfica no campo webjornalístico os fundamentos estruturantes de uma notícia devem ser levados em

consideração, pois se trata de acordo com Teixeira (2007) de uma produção jornalística, embora contextualizada no novo formato multimidiático.

Cairo (2012) destaca que a produção infográfica no campo do jornalismo provoca mudanças também no perfil do jornalista atual, que além de pensar e produzir notícia textualmente deve buscar e ser capaz de criar suas próprias visualizações, com base nas ferramentas digitais e bancos de dados e colaborar como toda a equipe que se envolve com a produção jornalística.

Desta forma, Polistchuk e Trinta (2003) enfatizam que as tecnologias dentro do processo da sociedade contemporânea e seu campo comunicativo, nos remota a rever as hipóteses e teorias anteriores, se foram transformadas com o surgimento do novo ou se permanecesse na mesma frequência teórica.

A linguagem infográfica inserida na área do webjornalismo e das configurações da comunicação tecnológica se transforma com as notícias multimidiáticas, convergentes e hibridizadas. O que nos indagamos é se a produção dentro dos novos formatos de mapeamento digital, linguagens e arranjos midiáticos contemporâneos são ou estão estruturados nos preceitos e critérios que balizam a estrutura da notícia ou junto à nova conjuntura das tecnologias e do ciberespaço os critérios produtivos se modificaram?

Análise da Produção Infográfica Webjornalística no Site Folha de São Paulo

A Folha de São Paulo foi fundada em 1921, intitulada em sua primeira versão de Folha da Noite. O grupo de jornalistas responsáveis pela criação do jornal era liderado por Olival Costa e Pedro Cunha. Jornal vespetino, com uma vertente voltada para textos curtos e mais objetivos e com enfoque mais noticioso.

Em 1960 nasce a Folha de São Paulo, que é resultado da união entre a Folha da Noite (1921), Folha da Manhã (1925) e Folha da Tarde (1949) com o mesmo objetivo principal de apresentar para o público o jornalismo enquadrado em textos curtos, claros e de proximidade com assuntos que afetavam a rotina diária da população da cidade de São Paulo, principalmente os trabalhadores urbanos. Considerado de acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), entidade nacional e oficial, responsável pela auditoria de circulação dos

principais jornais e revistas do Brasil, um dos jornais de maior circulação e influência no país.

Um dos maiores detasques na história do jornal foi seu processo de entrada no campo digital. A Folha foi e é um dos periódicos mais inovadores e pioneiros em investimentos tecnológicos, quando na década de 1960 utilizou a impressão offset em cores, em 1971 deixou a composição gráfica a chumbo e foi o primeiro a utilizar o sistema eletrônico de fotocomposição. Em 1983 teve a primeira redação informatizada da América do Sul.

Foi também o primeiro jornal brasileiro a ter um banco de imagens digital em 1994, e a comercializar seu serviço noticioso 24 horas por dia. Em 1996 ainda em caráter experimental foi disponibilizado na esfera online, com acesso aberto. 1997 foi o ano que marcou a fusão do Grupo Folha na internet com o *Brasil Online* (Grupo Abril).

A produção gráfica quando do seu surgimento no campo do jornalismo em geral veio devido à necessidade de se criar padrões, como também inovação na forma de passar informações por meio dos gráficos. (KANNO, 2013). A Folha como já mencionado, desde a década de 1960 investe no campo digital e dentro dos investimentos da esfera dos gráficos ganhou destaque em 1980, quando iniciou sua produção e adoção de infográficos em suas editorias, que segundo Stürmer, Pasqual e Teixeira (2012) tem enfoque na editoria de Ciência e Suplemento Mulher.

De acordo com Brandão e Kanno (1998) os infográficos planejados pelos profissionais da Folha são contextualizados para deixar a informação atrativa, dinâmica e principalmente interativa. Assim sendo, destacamos a importância e papel da infografia como ferramenta dinâmica e diferencial de passar informações. O site da Folha dedica uma seção a produção infográfica e disponibiliza notícias produzidas no contexto da linguagem infográfica e webjornalística.

A análise infográfica aqui apresentada será direcionada no contexto e tipificação do webjornalismo e da produção infográfica interativa por meio do Site da Folha de São Paulo. Será realizada em infográfico escolhido a partir das características de classificação dos tipos, estado e categorias dos infográficos multimídia webjornalísticos apresentados e defendidos por Ribas (2004) que assim os classificam:

Tipos:

Autônomo: contém todos os elementos da notícia, sem necessidade de um texto paralelo, este é elemento complementar a narrativa assim como outros códigos audiovisuais o são e constituem unidade informativa independente. É a própria notícia.

Complementar: são complementares ao texto e ao infográfico. O primeiro complementam a notícia principal produzida na forma de texto; o segundo complementa a notícia principal apresentada na forma de infográfico autônomo.

Estado:

De atualidade: construído no momento dos acontecimentos.

De memória: é um arquivo, e torna-se assim quando deixa de ser atualidade dentro da lógica do ciberespaço.

Categoria:

Sequencial: explana um acontecimento, processo ou fenômeno em sequência, com detalhes, necessitando acompanhamento sequencial para o entendimento da totalidade.

Relacional: admite escolhas que desenvolve determinados processos, permitindo entender as relações entre causa e efeito.

Espacial: reconstitui o interior de um ambiente, tal como ele é fisicamente e permite um passeio virtual no mesmo.

Por meio da classificação da autora podemos identificar e analisar como a linguagem infográfica no campo da produção webjornalística é pensada e produzida dentro do que preconiza a lógica da notícia relevante.

A escolha em realizar a análise por meio da classificação de Ribas está relacionada à importância e enquadramento da mesma nas reconfigurações das práticas jornalísticas na ambiência digital por meio da infografia interativa e suas processualidades na esfera comunicacional.

Entender os tipos dos infográficos utilizados pelos jornalistas, bem como seu estado e categoria para produzir uma notícia nos leva a reflexões de como se fundamentam os critérios produtivos do webjornalismo diante das novas linguagens

que surgem com o avanço crescente da tecnologia e da cibercultura e suas possibilidades interativas de produção.

Analisaremos primeiramente um infográfico do dia primeiro de maio deste ano, data alusiva ao dia do trabalho no Brasil, em que o Site da Folha produziu uma notícia infográfica abordando a situação trabalhista no país e em suas regiões no que diz respeito ao emprego e desemprego. Este infográfico pertence à categoria Dinheiro Público e Cia, que traz notícias voltadas para a situação econômica no mundo e no Brasil.

Na figura 01 temos a primeira tela do infográfico que retrata a situação do mercado de trabalho no Brasil.

Figura 01: Infográfico sobre o trabalho no Brasil



Fonte: Site Folha de São Paulo

A figura 02 traz a sequencia do infográfico, em que são apresentados os dados de empregados e desempregados no Brasil. Um índice geral do país.

Figura 02: Sequencia do infográfico em análise



Fonte: Site Folha de São Paulo

Já na figura 03 o infográfico traz informações do total de desempregados e empregados por regiões e em porcentagem em relação aos números gerais.

Figura 03: Sequencia do infográfico em análise



Fonte: Site Folha de São Paulo

Partindo para a análise do infográfico e dentro da classificação e características de uma infografia multimídia webjornalística como apresenta Ribas (2004) o infográfico acima pode ser classificado:

Tipo: autônomo, pois pode ser classificado como sendo a própria notícia, já que contém elementos da notícia, sem necessidade de um texto paralelo.

Estado: atualidade, devido seu foco informativo tratar de algo atual, que estar ocorrendo no cotidiano da sociedade em seus aspectos econômico, político e social.

Categoria: sequencial, pois explana um acontecimento/processo em sequencia, com detalhes, e precisa de acompanhamento sequencial para entender a totalidade da informação. E pode ser ainda ser classificado como relacional, pois admiti escolhas de determinando passos, como a escolha das regiões do Brasil, em que o leitor pode ter acesso à taxa de emprego de determinada região, permitindo assim o entendimento entre as relações de causa e efeito do cenário trabalhista no país.

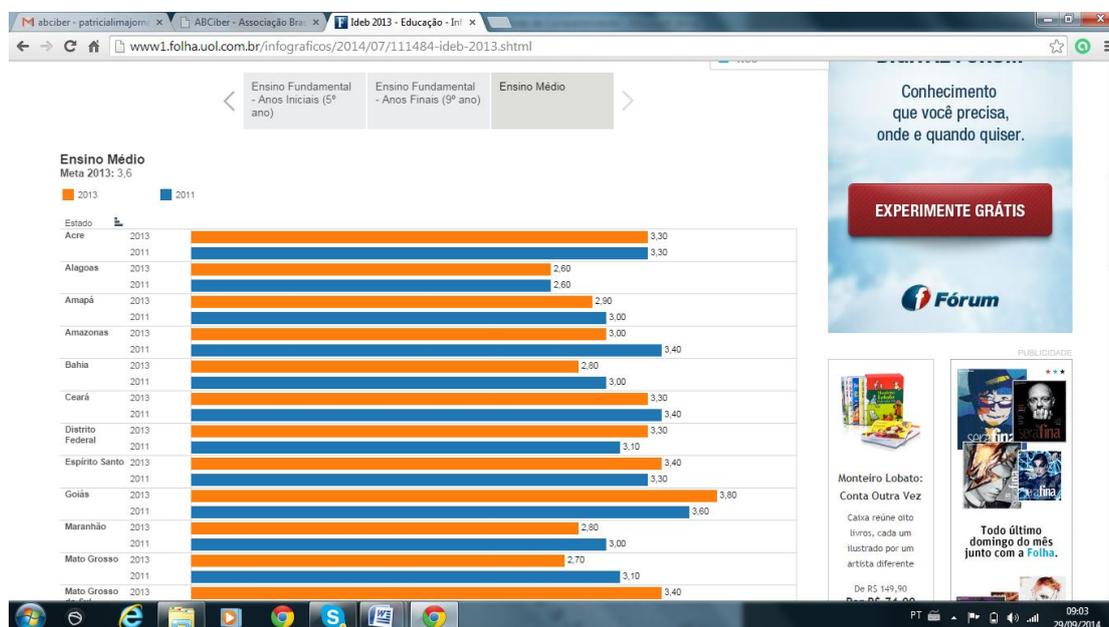
Ainda dentro do que preconiza a produção webjornalística o infográfico traz uma abordagem e angulação de um fato importante, de relevância e atual. Obedecer aos valores-notícia, pois trata de um fato que diz respeito ao interesse geral da população tanto regionalmente, como em âmbito nacional e é de interesse humano. Apresenta a fonte das informações, que no caso deste infográfico é o banco de dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), fornece os créditos de quem desenvolveu a infografia, que são Gustavo Put e Mario Kanno.

E por fim traz procedimentos organizados dentro da lógica da produção jornalística, como sistematização de edição e critérios de noticiabilidade. Assim sendo, podemos classificar este infográfico como notícia, pois aborda e apresenta os critérios de produção jornalística noticiaria. É um infográfico webjornalístico e multimidiático.

O segundo infográfico interativo que apresentamos da seção de infográficos da Folha é da categoria Educação, em que as infografias tratam de algum fato voltado para este campo.

Na figura 04 o infográfico traz uma notícia sobre o Ideb 2013, que é o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica e uma ferramenta indicadora criada pelo governo federal para medir a qualidade do ensino nas escolas públicas. O infográfico foi disponibilizado no dia 05/09/2014 e apresenta as taxas de cada Estado brasileiro desde o ensino fundamental até o ensino médio.

Figura 04 Infográfico do Ideb 2013



Fonte: Site Folha de São Paulo

Dentro da classificação e características defendidas por Ribas (2004) o infográfico pode ser classificado:

Tipo: autônomo, pois pode ser classificado como sendo a própria notícia, já que contém elementos da notícia, sem necessidade de um texto paralelo.

Estado: atualidade, devido seu foco informativo tratar de algo atual, que estar ocorrendo no cotidiano da sociedade.

Relacional: admiti escolhas que desenvolve determinados processos, permitindo entender as relações entre causa e efeito.

Como o infográfico 01, este infográfico obedece também os critérios de uma produção multimídia webjornalística, embora não forneça a fonte das informações que não é citada ou evidenciada na infografia. Trabalho mais simplista diante da infografia anterior, observamos que com a gama de informações disponível sobre o tema noticiado o desenvolvimento produtivo poderia ser mais ampliado e ter opções multimidiática para o receptor, embora possa ser classificado como notícia webjornalística e infográfica.

Considerações Finais

O jornalismo vem passando por significativas transformações desde o surgimento da lógica do ciberespaço e da cibercultura. O advento do webjornalismo trouxe para o polo emissor, grandes alterações em suas esferas de produção e prática profissional. O enquadramento na rede digital faz surgir o novo cenário por meio do tecnológico afetando as esferas política, economia e social. Isso ocorre diante de uma sociedade conectada, comercializada e de interações pensadas e executadas a partir do mapeamento e estrutura do tecnológico/ digital.

Vale destacar que o ambiente online proporciona não somente mudanças no campo da emissão, mas também no âmbito receptivo. Com a disponibilidade de recursos híbridos e multimidiáticos tanto os jornalistas como os receptores produzem e colaboram de forma diferente e contam com ferramentas que facilitam a interação entre emissor e receptor.

Desta forma, temos que o jornalismo diante de tantas transformações advindas do avanço tecnológico e cibercultural várias possibilidades e formatos produtivos, em que a utilização de textos, imagens, áudio, vídeo e gráficos em uma mesma informação permitiram mais dinamismo e interação.

Por fim, destacamos que a utilização da linguagem infográfica estar inserida neste contexto de mudanças na produção jornalística e faz parte dos elementos das reconfigurações dos novos formatos proporcionados na esfera digital e do fenômeno da cibercultura.

Referências

CAIRO, Alberto. **El arte funcional: infografía y visualización de información**. Madrid: Alamut, 2011.

_____. **Bringing infographics and visualization to the mainstream: not just the tools, but the Ideas**. 2012. <http://www.peachpit.com/articles/article.aspx?p=1945830> Acesso em 02/08/2013.

JORGE, Thais de Mendonça. **Mutação da notícia: como a notícia chega à internet**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

KANNO, Mário e BRANDÃO, Renato. **Manual de Infografia Folha de S. Paulo**. Ed Grupo Folha de São Paulo, 1998.

- KANNO, Mário. **Infografe:** como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. São Paulo: Infolide, 2013.
- LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.
- LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5º edição. Porto Alegre: Sulina. 2010.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Editora Pensamento Cultrix LTDA, 1964.
- MORAES, Ary. **Infografia:** história, e projeto. São Paulo: Blucher, 2013.
- PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: Comunicação. Cibercultura. Cognição.** 2ª. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- POLISTCHUK, Llana; TRINTA, Aluizo Ramos. **Teorias da comunicação:** o pensamento e a prática da comunicação social. – [Reimpr.]. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- RIBAS, Beatriz. **Infografia Multimídia: Um modelo narrativo para o webjornalismo.** IN: Congresso Iberoamericano de Periodismo em internet, 5., facom/ufba, nov. 2004, Salvador. **Anais...** Salvador, 2004. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf. Acesso em: 03/09/2014.
- RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura:** perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- SILVA, Gilmar. **Novos jornalistas:** para entender os jornalistas hoje. 2010. Disponível em: <http://paraentenderojornalismo hoje.blogspot.com.br/2010/09/e-book-para-download.html>. Acesso em: 10/08/2014.
- STÜRMER, Helena; PASQUAL, Lucas; Teixeira. **A história da infografia jornalística no Brasil:** análise de edições da Folha de S. Paulo publicadas em 1983 e 1993. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/regional/resumos/R30-0853-1.pdf>. Acesso em: 15/05/2013.
- TEIXEIRA, Tattiana. **A presença da infografia no jornalismo brasileiro** – proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso, In: Revista Fornteiras –Estudos Midiáticos- Unisinos, 2007. Disponível em: 121 http://www.nupejoc.cce.ufsc.br/paginas/produ/tattiana_fronteras.pdf acesso em: 15/08/2014.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** por que as notícias são como são. 3ª. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2012.