

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**INFOGRÁFICO WEBJORNALÍSTICO
Sistematização de conceitos**

Rafael Tourinho Raymundo¹

Resumo

O artigo sistematiza conhecimentos sobre webjornalismo e infografia, buscando conceitualizar as características e particularidades do infográfico webjornalístico. Foram estudadas proposições teóricas e buscou-se, também, encontrar exemplos de infografias webjornalísticas e conteúdos multimídia em *sites* noticiosos, para fins de comparação das linguagens. Verificou-se que gráficos animados são erroneamente classificados como infográficos e diferentes formatos multimídia se misturam, sem classificações mais específicas – resultado da pouca teoria sobre conteúdos webjornalísticos e de uma incipiente cultura jornalística própria do meio digital.

Palavras-chave: Webjornalismo. Infografia. Multimídia. Infográfico webjornalístico. Pesquisa da pesquisa.

¹ Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. E-mail: rafaeltourinhoraymundo@gmail.com.

O infográfico na web

O infográfico é uma aliança entre texto e imagem, entre apelo visual e conteúdo informacional. Serve, geralmente, para descrever processos de movimento, ou detalhes gráficos que seriam de difícil descrição verbal. Por meio desse gênero calcado no texto e na imagem, pode-se explicar “como um acidente de avião aconteceu, como um vírus ataca o corpo, como é a órbita de um planeta” (SCALZO, 2004:75). Com esse recurso, a imagem deixa de ser apenas uma ilustração para a notícia: ela “apresenta-se como a própria informação” (MÓDOLO, 2007:6). Fotos e desenhos ganham a mesma importância das palavras escritas, pois são elementos essenciais no contar a história, não apenas complemento a uma narrativa escrita.

Ao encontro do postulado por Teixeira (2007), considero a infografia² como um *gênero jornalístico informativo*, dada sua capacidade de informar e contextualizar acontecimentos. Conforme Clapers (1998), a linguagem infográfica não se preocupa apenas com a qualidade das imagens, mas também com o conteúdo da história; permanece o compromisso jornalístico com a veracidade das informações. Um infográfico, quando elaborado para fins jornalísticos, deve – ou, ao menos, deveria – responder às seis perguntas básicas do jornalismo: o quê, quem, quando, como, onde e por que (FERRERES, 1995). Desta maneira, o conteúdo apresentado torna-se suficiente para contextualizar o acontecimento para o leitor.

Nem todo recurso gráfico pode ser considerado infográfico. É o caso de mapas, tabelas, ilustrações e demais elementos visuais que não constituam uma história. Infográficos narram acontecimentos por meio do binômio imagem + texto, sendo que os elementos apresentam uma dependência indissociável. Para que a imagem faça sentido, é preciso o auxílio do texto, da mesma forma que o texto serve para contextualizar e explicar a imagem que se vê.

Os números e porcentagens de um gráfico tipo pizza mantêm seu sentido mesmo quando dispostos em texto corrido. Logo, um gráfico tipo pizza não é um infográfico. Um mapa mundi sem legendas ainda é identificável como um mapa mundi. Assim, um mapa

² Os termos infográfico e infografia serão tratados como sinônimos.

mundi também não é um infográfico. Se imagem e texto são dissociados e as informações continuam a manter sentido, não se trata de uma infografia³.

Na *web*, a evolução dos infográficos acompanha os estágios do webjornalismo descritos por Mielniczuk (2003)⁴: da mera transposição, para o meio digital, de conteúdo impresso, até linguagens pensadas somente para a rede. Amaral (2009) classifica a evolução dos infográficos webjornalísticos seguindo essa lógica. A primeira geração de infográficos na *web* não traria inovações em relação ao impresso, pois apresentaria imagens estáticas. Infográficos da segunda geração seriam aqueles que utilizassem *hiperlinks* e animações, mas ainda mantendo uma estrutura semelhante à do impresso – tal qual *slideshows*, sequências animadas de imagens estáticas. A terceira geração, por sua vez, seriam infográficos pensados para uma linguagem *web*, utilizando os recursos próprios da rede, como multimídia⁵. O autor ainda define infográficos da quarta geração, que seriam outra vertente de infográficos mais elaborados. Voltarei a esse ponto mais tarde.

A linguagem multimídia

Utilizo a noção de multimídia para designar a confluência de diferentes mídias num mesmo ambiente. Salaverría (2005, *apud* RAMOS, 2009) atenta para a diferença entre *multimídia por justaposição* e *multimídia por integração*. No primeiro caso, tem-se apenas um aglomerado de mídias que não dialogam entre si. É o que acontece em algumas reportagens do portal *G1* que apresentam texto e vídeo. Não há blocos complementares de informação, pois o texto apenas reproduz o conteúdo da reportagem em vídeo, geralmente retirada dos telejornais da Rede Globo⁶. Assim, as diferentes mídias contidas no mesmo ambiente digital funcionam isoladamente.

No segundo caso, acontece o que o autor chama de *unidade comunicativa*: os blocos de texto, animação gráfica, vídeo, ou quais sejam as mídias, são complementares. Cada

³ Para uma maior explanação sobre tipos de infográficos e suas características, ver Teixeira (2007).

⁴ É da autora, também, o conceito de webjornalismo adotado neste artigo – em linhas gerais, conteúdo jornalístico produzido para a *web*. Para uma diferenciação dos termos jornalismo eletrônico, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo online e webjornalismo, ver Mielniczuk (2003).

⁵ Esta classificação por gerações pressupõe uma evolução da técnica e da linguagem webjornalística, mas não o abandono de infografias mais simples. Do mesmo modo, ainda é possível encontrar textos escritos, sem qualquer *hiperlink*, em portais de notícias.

⁶ Como na reportagem *O Jornal da Globo aumentou a realidade*, publicada no *G1* em 11 de junho de 2009.

parte da narrativa traz informações diferentes, que colaboram para, juntas, formarem um todo, uma história única e coesa. Esse tipo de multimídia por integração é chamado por Longhi (2008) de *intermídia*, uma fusão conceitual de diferentes meios entre si, de modo que tais meios confluam e criem uma linguagem própria.

Manovich afirma que “multimídia não ameaça a autonomia de diferentes mídias. Elas mantêm suas próprias linguagens, isto é, suas maneiras de organizar dados e acessar esses dados”⁷ (MANOVICH, 2008:89). Assim, para ambientes digitais, o autor propõe o conceito de *hybrid media*, ou mídias híbridas, em que cada mídia incorporaria elementos de outra. Um texto em animação adquiriria aspectos cinematográficos, ou de computação gráfica, não mais podendo ser classificado como tipografia. Os *frames* de um vídeo poderiam ser reorganizados, dispostos em outra sequência, tornando-se, assim, elementos espaciais e iconográficos, não apenas partes de um fluxo audiovisual.

De todo modo, ainda que o suporte tecnológico mude, áudio permanece sendo áudio, vídeo permanece sendo vídeo etc. Os diferentes elementos podem – e devem – dialogar entre si, de maneira a se explorar as particularidades do meio digital. Entretanto, ainda é possível identificar as diferentes mídias, ou, então, resquícios das diferentes mídias que compõem o ambiente digital. Pode-se pensar em *formatos híbridos* de conteúdo jornalístico, haja vista os novos modelos narrativos que surgem na *web*. No entanto, não vejo problema em denominar a linguagem desses formatos de multimídia, uma vez que se trata de múltiplas mídias que confluem num mesmo ambiente digital.

Infográfico ≠ reportagem multimídia

Um segundo ponto importante a se clarificar é o que vem a ser um infográfico webjornalístico, frente à profusão de formatos jornalísticos multimídia que surgem na *web*. Retomando a classificação proposta por Amaral (2009), infográficos podem ser estáticos, animados ou elaborados a partir de recursos próprios da *web*. Aqui, apresento a diferenciação que o autor traça entre infográficos de terceira e quarta geração. Um não é a evolução do outro; ambos são vertentes de modelos possíveis para a elaboração de infografias para a rede.

⁷ Tradução livre do original em inglês.

Segundo o autor, **infográficos de terceira geração** são aqueles que utilizam, principalmente, *hyperlinks* e multimidialidade. Em infografias desse tipo, trechos de entrevistas em áudio e em vídeo, por exemplo, podem apresentar informações complementares. Animações gráficas também podem ajudar a explicar o funcionamento de uma máquina, ou o caminho percorrido por um carro até o momento do acidente, dentre outros processos de movimento. Já os **infográficos de quarta geração** são criados a partir de bases de dados. Podem ser elaborados por meio de *mash-ups*, ou seja, junções de diferentes serviços e aplicativos presentes na *web*. *Sites* como o *Many Eyes*, por exemplo, apresentam diversos modelos de visualização de dados: inserem-se estatísticas, escolhe-se a interface e, como resultado, tem-se um gráfico de visualização amigável e fácil compreensão.

Ora, uma visualização mais fácil não caracteriza um infográfico. Os números de uma tabela gigantesca ainda são compreensíveis, mesmo que recorrer aos dados seja mais cansativo. Não há interdependência entre imagem e texto – logo, não há infografia. No caso dos ditos infográficos de quarta geração, a dependência acontece somente por uma das vias.

Pegemos o exemplo do *Map of Olympic Medals*⁸, também trabalhado por Amaral. No gráfico, cada país do mapa mundi é representado por um círculo; quanto maior o círculo, mais medalhas o país já conquistou em Jogos Olímpicos. A imagem – círculos de diferentes tamanhos dispostos como mapa – só faz sentido quando se tem a informação textual – número de medalhas. Em contrapartida, a informação sobre a quantidade de medalhas conquistadas por cada país funcionaria num texto corrido, não havendo necessidade da disposição em gráfico, mesmo que o formato visual torne a assimilação dos dados possivelmente mais fácil.

⁸ Publicado no site do *The New York Times* em 04 de agosto de 2008.

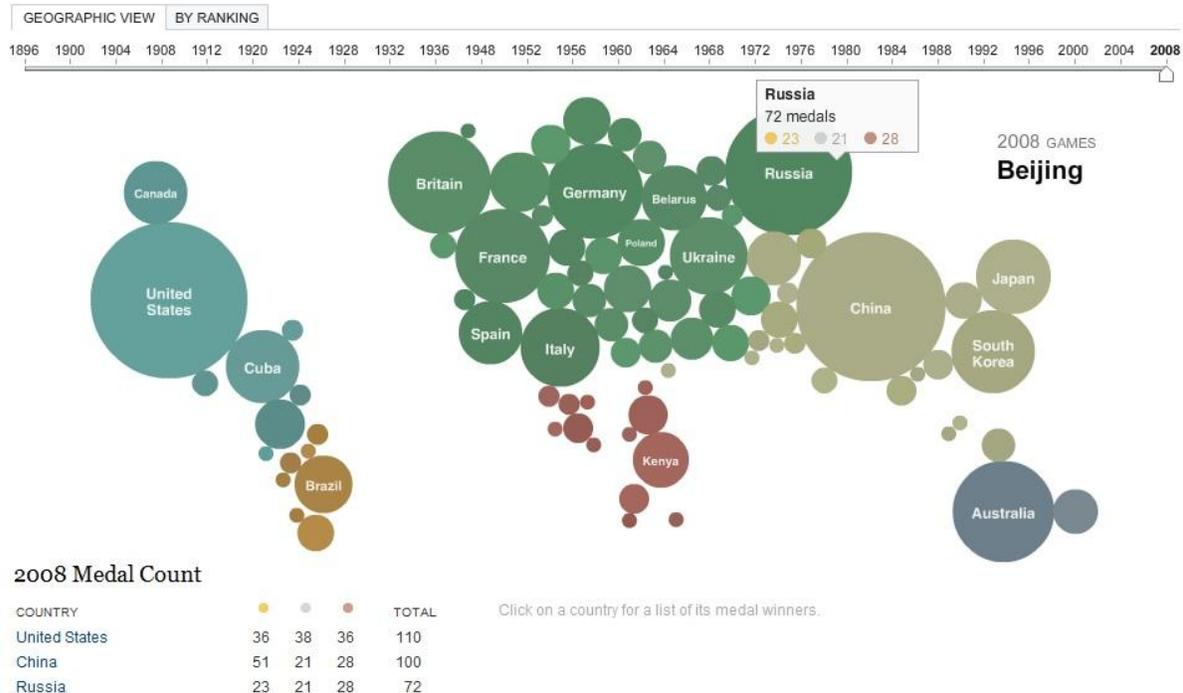


Figura 01: A Map of Olympic Medals. Fonte: http://www.nytimes.com/interactive/2008/08/04/sports/olympics/20080804_MEDALCOUNT_MAP.html

Sob esta perspectiva, tendo considerado os infográficos de quarta geração como *formas gráficas de visualização de dados*, mas não, necessariamente, como infográficos. Por outro lado, infográficos multimídia ainda podem ser classificados como infográficos, desde que não sejam confundidos com outras formas de **reportagem multimídia**:

Grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear (LONGHI, 2009:5).

Seria correto, portanto, afirmar que um infográfico webjornalístico multimídia é uma forma de reportagem multimídia. Por outro lado, nem toda reportagem multimídia pode ser considerada um infográfico, pois muitas não são calcadas no binômio indissociável imagem + texto. Ainda que uma reportagem apresente os mesmos elementos de um infográfico multimídia, a disposição desses elementos pode obedecer a outras lógicas. As pesquisas sobre esses modelos de reportagem ainda são recentes, visto que são poucas as experimentações de linguagem que tenham se consolidado. Desta forma, seria

imprudente apresentar classificações herméticas e definitivas de formatos jornalísticos multimídia. Ainda assim, alguns contornos já vêm sendo definidos.

Ramos (2009) elenca características bem específicas para as **histórias fotográficas**, também chamadas de fotorreportagens. São reportagens multimídia elaboradas, prioritariamente, com fotografias e áudio. Dá-se preferência a imagens impactantes, que são narradas e explicadas a partir de entrevistas. Não há presença visível do repórter; as próprias personagens da história contam o que aconteceu. Por vezes, utiliza-se trilha sonora e legendas escritas. Geralmente, há recursos interativos, como miniaturas clicáveis das fotos, que podem ser acionadas de maneira não-sequencial – sem uma ordem específica.

Outro exemplo são as **reportagens multimídia divididas em capítulos**. Usualmente, contemplam determinado assunto em profundidade, ao contrário de reportagens factuais corriqueiras. Cada capítulo costuma ocupar uma página/tela diferente, sendo que essas telas, apesar de seguirem uma sequência, podem ser acessadas de forma não-sequencial, por meio de botões clicáveis. Empregam-se outros recursos multimídia, também, como vídeos, animações gráficas e *hiperlinks* para outros *sites*. A linguagem pode variar, ainda, entre composições mais formais⁹ e experimentações, como narrativa em quadrinhos¹⁰.

Reportagens com estas características tendem a ser enquadradas pelos próprios veículos em seções de conteúdo multimídia, ganhando, por vezes, o título de **especiais multimídia** (LONGHI, 2009). Não obstante o espaço específico para conteúdos deste tipo, não há classificações rígidas quanto ao formato de um especial multimídia. Além disso:

Quando se busca o lugar dos especiais multimídia no webjornalismo, percebe-se uma profusão de formatos multimídia, como *slide-shows*, vídeos, entrevistas em áudio, etc. que são disponibilizados mais como conteúdos justapostos do que integrados. A integração, que efetivamente se dá em formatos como os especiais multimídia, que incluem *áudio-slide-shows*, fotorreportagens, gráficos interativos, dentre outros, fica restrita a sessões especiais (LONGHI, 2009:11-12. Grifos da autora).

Isto quer dizer que, uma vez multimídia, qualquer conteúdo tende a ser enquadrado nestes espaços específicos de *sites* jornalísticos, não importando o formato. Até mesmo

⁹ Ver a série *Crisis Guide*, do Council of Foreign Relations (EUA).

¹⁰ Caso de *A Revolução das Bicicletas*, do JC Online.

infográficos multimídia, por vezes, são classificados pelos veículos como *conteúdo multimídia*, sem uma divisão mais específica. Conseqüentemente, a classificação de gêneros e formatos webjornalísticos multimídia torna-se confusa.

Infográfico webjornalístico X conteúdo multimídia

No caso do portal de notícias *GI*, um ponto importante é a incorporação de vídeos junto ao texto da notícia – muitas vezes, extraídos dos telejornais da Rede Globo. Desta forma, não se faz necessário utilizar demais recursos multimídia nos infográficos, sendo priorizadas as animações. Muitos destes exemplos, inclusive, sequer poderiam ser chamados de infográficos. São mapas animados, ou tabelas interativas, compostos, basicamente, por blocos de texto e ilustrações. Os elementos gráficos e textuais não são indissociáveis. Em outras palavras, poder-se-ia entender o conteúdo da reportagem apenas lendo os blocos de texto, sem a necessidade da imagem, como no caso da figura.

Guia do Imposto de Renda 2010

O que mudou Quem declara Entrega Deduções Multas

QUEM É OBRIGADO A DECLARAR

- Quem recebeu rendimentos tributáveis superiores a **R\$ 17.215,08** em 2009.
- Quem recebeu rendimentos isentos, não-tributáveis ou tributados exclusivamente na fonte, cuja soma foi superior a **R\$ 40 mil** no ano passado.
- Quem cedeu ou transferiu bens ou direitos e obteve **ganho de capital** sujeito à incidência do imposto;
- Quem realizou **operações em bolsas de valores**, de mercadorias, de futuros e assemelhadas.
- Quem tinha patrimônio superior a **R\$ 300 mil** em 31 de

Anterior: Formulário mais caro 7 de 12 Próximo: Modelos

Figura 02: Reportagem ilustrada do *GI*. Fonte: <http://g1.globo.com/Sites/Especiais/Noticias/0,,MUL1507310-16725,00-VEJA+O+GUIA+DO+G+SOBRE+A+DECLARACAO+DO+IMPOSTO+DE+RENDA.html>

O portal *IG* também dispõe de uma seção específica para infográficos. Contudo, assim como no *GI*, nem todos os casos podem ser considerados infográficos webjornalísticos¹¹. Há uma tendência do portal em elaborar reportagens sobre assuntos de cunho *soft news*, como música, cinema e curiosidades científicas. As reportagens trazem textos curtos, muitas ilustrações e recursos de não-sequencialidade. Algumas também incorporam vídeos¹². No geral, não são complementos a reportagens escritas, mas, sim, produtos isolados.

Há, no entanto, exceções. Destaco o infográfico *Casa Sustentável*, que acompanha uma breve reportagem escrita. Nele, nota-se claramente o binômio imagem + texto, uma vez que o escrito aparece apenas para explicar processos visuais. Na medida em que são acionados diferentes botões na base do infográfico, a ilustração se modifica para demonstrar como acontecem os processos de ventilação, captação de água e climatização da casa, dentre outros. Além da interatividade e da não-sequencialidade, o infográfico ainda utiliza animações que explicam as etapas de uma maneira que um infográfico impresso não faria.

¹¹ Fato semelhante acontece no portal *UOL*, como observado por Teixeira e Rinaldi (2008). O *site* apresenta um espaço específico para infográficos, mas há uma inadequação no uso do termo, dada a discrepância em relação ao conceito de infográfico, frente ao conteúdo disponível naquela seção.

¹² Como na reportagem *Qual é o melhor clipe de Michael Jackson?*, de 17 de junho de 2010.



Figura 03: *Casa Sustentável*. Fonte: <http://delas.ig.com.br/casa/arquitetura/sustentabilidade%20desde%20o%20projeto/n1237534917531.html>

Já o *ClicRBS* aparenta priorizar gêneros jornalísticos próprios do meio digital, apesar de não destinar um espaço específico para infográficos e de também cometer equívocos de classificação. Algumas reportagens escritas são acompanhadas de conteúdo multimídia e/ou animado complementar ao assunto. Nesses casos, a palavra *infográfico* costuma aparecer nas chamadas das notícias.

Embora muitos desses conteúdos não sejam, propriamente, infografias, é possível encontrar produtos que podem ser considerados como tais. Cito dois casos: no primeiro, pode-se percorrer o cursor pela figura de uma cápsula que levará astronautas para Marte; quando o cursor se encontra sobre um compartimento da cápsula, aparece um quadro explicando, em texto escrito, que compartimento é aquele, qual sua função para a tripulação, quais são as suas dimensões etc. (fig. 04). No segundo (fig. 05), a posição dos jogadores no campo de futebol corresponde à posição na qual eles jogam – logo, a imagem *informa*, não somente ilustra. É possível clicar em cada boneco para que se tenha um perfil escrito do jogador. Nota-se, mais uma vez, a não-sequencialidade.



Figura 04: Infográfico *Preparação para Marte*. Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&newsID=a2926172.xml&channel=&tipo=1§ion=Mundo>





Figura 05: Infográfico *Apostas do Brasil para 2014*. Fonte: <http://www.clicrbs.com.br/esportes/rs/noticias/futebol-copa-do-mundo-2010,2958219,INFOGRAFICO-as-apostas-do-Brasil-para-2014.html>

Considerações finais

No geral, diferentes conteúdos webjornalísticos são erroneamente classificados como infográficos¹³. Teixeira (2009) aponta que a confusão parte das redações, dado que a decisão de contar uma história jornalística por meio de recursos gráficos é, muitas vezes, apenas do editor. Esses profissionais, em alguns casos, não mantêm a cultura de pensar o jornalismo desde uma perspectiva visual – consequência, provavelmente, do baixo número de faculdades de jornalismo que investem no ensino da infografia: de 291 currículos analisados, apenas 16 possuem disciplinas específicas sobre infográficos (TEIXEIRA, 2009:13). Desta forma, perpetuam-se equívocos terminológicos. Torna-se comum, também, a utilização de recursos gráficos de maneira improvisada, sem um suficiente planejamento quanto à maneira mais adequada de contar a história.

Dentre os infográficos webjornalísticos aqui identificados, são pouco explorados os recursos multimídia de áudio e vídeo; as *animações* e a *não-sequencialidade* são mais utilizadas. Além disso, apenas *Casa Sustentável* apresenta animações informativas, ou seja, que ajudam a explicar o processo que está sendo contado – setas animadas mostram o

¹³ Os casos apresentados representam variações recorrentes em portais de notícias brasileiros. Outros exemplos foram descartados, devido ao limite de espaço do artigo.

movimento de ventilação da casa, por exemplo. Nos demais infográficos, as animações são apenas um recurso para troca de página, ou para fazer aparecer e sumir um bloco de texto.

Fora isso, há o já citado equívoco de se classificar qualquer notícia visual como infográfico. Isso também é fruto do pensamento incipiente quanto não só às potencialidades, mas também às reais *possibilidades* de construção de conteúdos jornalísticos próprios da *web*. Sem uma base consistente, surgem complicações para os profissionais, que criam as linguagens conforme tentativas e erros, e para os acadêmicos, que encontram dificuldades para problematizar os produtos jornalísticos que vêm surgindo.

Portanto, permanece a necessidade de se pensar uma classificação das emergentes linguagens multimídia. Não se trata de propor uma conceitualização hermética, mas, sim, de se estabelecer parâmetros mínimos que definam o que constitui um infográfico webjornalístico, uma fotorreportagem, ou uma reportagem multimídia.

Referências

AMARAL, Ricardo Castilhos Gomes. **Limites dos Infográficos Jornalísticos na Web:** Sistematização preliminar de características distintivas e produtos semelhantes. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1877-1.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

BYRON, Lee; COX, Amanda; ERICSON, Matthew. A Map of Olympic Medals. **The New York Times**, Nova York, 04 ago. 2008. Disponível em: <http://www.nytimes.com/interactive/2008/08/04/sports/olympics/20080804_MEDALCOUNT_MAP.html>. Acesso em: 23 abr. 2010.

CLAPERS, Jordi. Los gráficos, desde fuera de la redacción. **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna, n. 9, set. 1998. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36inforjordi.htm>>. Acesso em: 20 dez. 2009.

CRISIS GUIDE. **Council on Foreign Relations**. Disponível em: <http://www.cfr.org/publication/17088/crisis_guide.html>. Acesso em: 23 abr. 2010.

FERRERES, Gemma. **Infografia Periodista**. Disponível em: <http://www.tintachina.com/docs/info_grafia_periodistica_1995.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2009.

LONGHI, Raquel. **Infografia Online:** narrativa intermídia. Trabalho apresentado no XVII Encontro da Compós, 2008, São Paulo. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_374.pdf>. Acesso em: 02 mai. 2010.

_____. **Os nomes das coisas:** em busca do especial multimídia. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1081-1.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

MAIA, Benira; MELO, Julliana de; SOBRAL, Sidlei. A Revolução das Bicicletas. **JC Online**, Recife, 10 nov. 2009. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/JC/sites/bicicletas/index.html>>. Acesso em: 23 abr. 2010.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. Disponível em: <http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.doc>. Acesso em: 15 jan. 2010.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. Trabalho apresentado no XII Encontro da Compós, 2003, Recife. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1000.PDF>. Acesso em: 02 mai. 2010.

MÓDOLO, Cristiane Machado. **Infográficos: características, conceitos e princípios básicos**. Trabalho apresentado no XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, 2007, Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0586-1.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2009.

PONTUAL, Jorge e MENEZES, César. O Jornal da Globo aumentou a realidade. **G1**, Rio de Janeiro, 11 jun. 2009. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornaldaglobo/0,,MUL1191839-16021,00-O+JORNAL+DA+GLOBO+AUMENTOU+A+REALIDADE.html>>. Acesso em: 23 jun. 2009.

QUAL É O MELHOR CLIPE DE MICHAEL JACKSON?. **IG**, São Paulo, 17 jun. 2010. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/michaeljackson/qual+e+o+melhor+clipe+de+michael+jackson/n1237670276216.html>>. Acesso em: 29 jun. 2010.

RAMOS, Daniela Osvald. **Formatos Multimídia no Jornalismo Digital: as “histórias fotográficas”**. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1410-1.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

RIBAS, Beatriz. **Infografia multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo**. Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, 2004, Salvador. Disponível em: <http://www.periodistaseninternet.org/doctos_congressosanteriores/VcongressoBrasil/AIAPI%202004%20Beatriz%20Ribas.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2009.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004. 112 p.

TEIXEIRA, Tattiana. A presença da infografia no jornalismo brasileiro: proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, mai/ago 2007. Disponível em: <http://www.unisinos.br/arte/files/111a120_art04_teixeira.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2009.

TEIXEIRA, Tattiana; RINALDI, Mayara. **Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório**. Trabalho apresentado no VI

Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008. São Paulo. Disponível em:
<<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/ admjour/arquivos/coordenada&tattianateixeira. pdf>>.
Acesso em: 20 dez. 2009.