



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGC
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS

PATRÍCIA MEDEIROS DE LIMA

**NOVOS PARADIGMAS PRODUTIVOS DA NOTÍCIA: USOS DA INFOGRAFIA
INTERATIVA NA PRÁTICA WEBJORNALÍSTICA**

JOÃO PESSOA
2015

PATRÍCIA MEDEIROS DE LIMA

**NOVOS PARADIGMAS PRODUTIVOS DA NOTÍCIA: USOS DA INFOGRAFIA
INTERATIVA NA PRÁTICA WEBJORNALÍSTICA**

Dissertação apresentada como requisito final
para a obtenção do título de Mestre, pelo
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Federal da Paraíba - UFPB.

Orientador: Ed Porto Bezerra

JOÃO PESSOA

2015

L732n Lima, Patrícia Medeiros de.

Novos paradigmas produtivos da notícia: usos da infografia interativa na prática webjornalística / Patrícia Medeiros de Lima.- João Pessoa, 2015.

115f. : il.

Orientador: Ed Porto Bezerra

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA

1. Comunicação. 2. Webjornalismo. 3. Infografia interativa. 4. Teoria do jornalismo. 5. Infonotícias.

UFPB/BC

CDU: 007(043)

PATRÍCIA MEDEIROS DE LIMA

**NOVOS PARADIGMAS PRODUTIVOS DA NOTÍCIA: USOS DA INFOGRAFIA
INTERATIVA NA PRÁTICA WEBJORNALÍSTICA**

Dissertação apresentada como requisito final
para a obtenção do título de Mestre, pelo
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Federal da Paraíba - UFPB.

APROVADA EM: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ed Porto Bezerra (Orientador)

Prof. Dr. Marcos Antônio Nicolau (Avaliador)

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Avaliador)

A todos que de alguma maneira contribuíram para o meu despertar e crescimento na jornada árdua e deslumbrante da ciência e do conhecimento.

"Comunicação é mais que informação; informação subsidia, atualiza,
nivela conhecimento. A comunicação sela pactos e educa".

Emilio Odebrech

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Josefa Alves e José Luiz, que sempre foram os grandes apoiadores incansáveis da minha luta diária pelo conhecimento, aos meus irmãos, sobrinhos e todos da minha família que mesmo de longe vibraram e vibram com as conquistas alcançadas.

A Merienne Leite e Sara Lima, minhas companheiras de vida que diariamente me incentivam, alegram e fazem-me enfrentar as labutas de cabeça erguida e acreditando em dias sempre melhores, como também a Michel Leite pelo o incentivo e presteza quando precisei de ajuda.

Ao professor Marcos Nicolau, peça fundamental na minha jornada do saber. Sempre prestativo e disponível quando precisei elucidar meus questionamentos do mundo da ciência. Pela sua compreensão e delicadeza, quando necessitei desvendar o caminho da minha pesquisa. Pelo seu amor admirável pela a vida acadêmica que durante esses anos me encantou cada vez mais e deu-me a certeza da escolha que fiz.

Ao professor Ed Porto, meu orientador, pela presteza e parceria no desenvolver desta dissertação e de outros trabalhos, que me fizeram amadurecer como pesquisadora.

Ao professor Claudio Paiva, que prontamente me aceitou como aluna especial em sua disciplina, abrindo assim, as portas da experiência do mestrado e dando-me a confiança do que queria seguir em minha vida, pelos artigos indicados e livros emprestados.

Aos professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo incentivo financeiro ao longo do segundo ano do mestrado.

Aos professores da minha graduação, Flaubert Paiva e Naelza Wanderley, que além de mestres, tornaram-se amigos que verdadeiramente torcem por mim e me orientaram tantas e tantas vezes quando os questionamentos bateram a porta.

A todos do grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas (Gmid), pela a troca de experiência e principalmente por desperta-me o gosto pela a pesquisa e busca pelo conhecimento.

Aos meus amigos de jornada acadêmica, Emanuella Santos pela parceria e paciência e seu companheiro José Junior, pela acolhida tantas vezes em sua casa, Gustavo David pelos momentos de reflexão científica e todos os companheiros de curso pelos momentos partilhados em congressos, seminários, artigos e viagens inesquecíveis.

A família Mathias, em especial Dona Didi, Sebastião e Franciele, pelo apoio durante todos esses anos nas minhas idas e vindas a João Pessoa, em que fui recebida prontamente com carinho no lar de vocês.

Aos queridos motoristas da NL Turismo, Nik, Luan e Doca pelos dias que tardaram as viagens para que eu pudesse assistir às aulas até o final.

A Célio Martinez e Izaias Nóbrega, meus companheiros de vida profissional e amigos queridos, que me ensinaram o valor das pessoas e do jornalismo feito com seriedade.

Aos colegas, que não caminharam na academia, mas fizeram parte das noites mal dormidas, dos desabafos de cansaço, das crises de coluna e mesmo que indiretamente passaram vibrações positivas, de encorajamento e determinação.

E a quem acredita em mim.

RESUMO

O foco deste trabalho está centrado na análise de como a Infografia Interativa vem sendo utilizada para noticiar, reconfigurando a dinâmica produtiva da notícia. Para isso, seis infográficos do Site do Jornal Folha de São Paulo foram analisados em sua construção webjornalística e infográfica. Com o desenvolvimento tecnológico novas formas de comunicação surgiram por meio da Cultura da Internet e transformações ocorreram principalmente no campo do jornalismo, afetando diretamente sua prática produtiva. O objetivo central da dissertação se concentra em analisar a utilização da linguagem infográfica interativa nos processos produtivos da notícia webjornalística. Partimos de uma pesquisa exploratória em que foram realizadas observações e análises dos infográficos escolhidos como *corpus*. O estudo possibilitou constatarmos o fenômeno das *infontícias*, que são notícias feitas com recursos infográficos interativos e que estão enquadradas no que tangem os processos produtivos do jornalismo.

Palavras-chave: Webjornalismo. Infografia Interativa. Teoria do Jornalismo. *Infontícias*.

ABSTRACT

The focus of this paper is centered on the analysis of how Interactive Infographics has been used for reporting and reconfiguring the productive dynamics of the news. Thereunto, six infographics of the website Jornal Folha de São Paulo were analyzed as a webjornalística and infographic construction. With technological development new forms of communication have emerged through the Internet Culture and transformations occurred mainly in the field of journalism, directly affecting its productive practice. The main objective of the dissertation focuses on analyzing the use of interactive infographic language in the production processes of journalistic web news. We start from an exploratory research was used to observe and analysis of infographics chosen as corpus. This study enabled the discovery of the phenomenon of infonews, which are made news with interactive infographics resources and that are framed in that concern the productive processes of journalism.

Keywords: Webjournalism. Interactive Infographics. Journalism Theory. Infonews.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 — Infografia impressa da Guerra do Golfo publicada na Folha de S. Paulo.....	41
Figura 2 — Informação gráfica estática sobre a economia da Inglaterra.....	42
Figura 3 — Peça gráfica sobre o desempenho do exército de Napoleão.....	43
Figura 4 — Diagrama do metrô de Londres.....	44
Figura 5 — Considerado o primeiro mapa publicado na imprensa.....	47
Figura 6 — Reprodução da primeira infografia publicada no The Times	47
Figura 7 — Primeira infografia publicada em Jornal Português	48
Figura 8 — Infográficos do Jornal O Estado de S. Paulo.....	51
Figura 9 — Planta topográfica do rio Humaitá localizando as embarcações da frota brasileira.....	53
Figura 10 — Planta do Circuito da Gávea.....	54
Figura 11 — Infografia retratando as medidas de Mike Tyson.....	55
Figura 12 — Infográfico do Jornal El País sobre os atentados do 11 de Setembro	57
Figura 13 — Infográfico interativo sobre aceleração luminosa	63
Figura 14 — Matriz da coesão dos deputados acusados de participar do Mensalão.....	65
Figura 15 — Variação de emissão de CO2 por habitantes dos países do G20.....	66
Figura 16 — Capa do Manual de Infografia da Folha de S. Paulo.....	72
Figura 17 — Espaço no site da Folha de S. Paulo dedicado a infografia.....	73
Figura 18 — Infográfico da queda do avião que viajava da Holanda à Malásia.....	74
Figura 19 — Infográfico sobre o trabalho no Brasil	79
Figura 20 — Sequencia do infográfico trabalho no Brasil.....	80
Figura 21 — Infográfico trabalho no Brasil.....	80
Figura 22 — Gráfico com a apuração das Eleições de 2010.....	83
Figura 23 — Eleições 2010 no Brasil.....	83
Figura 24 — Informações em formatos multimídia da tragédia de Realengo-RJ	85
Figura 25 — Infográfico da tragédia de Realengo	85
Figura 26 — Segundo infográfico sobre os passos do atirador.....	86
Figura 27 — Terceiro Infográfico tragédia de Realengo	86
Figura 28 — Notícia em formato textual da tragédia de Realengo	87
Figura 29 — Primeira página do infográfico sobre o julgamento do mensalão.....	88
Figura 30 — Segunda página sobre o julgamento do mensalão.....	88
Figura 31 — Página do infográfico trazendo o arranjo do plenário.....	89
Figura 32 — Parte do infográfico que retrata a composição de funções e quem são os julgadores.....	89
Figura 33 — Infográfico retratando a mesa julgadora do mensalão	90
Figura 34 — Parte do infográfico que retrata a votação do julgamento do mensalão.....	90
Figura 35 — Parte do infográfico retratando a sala do julgamento no ângulo de 360°	91
Figura 36 — Representação do esquema do mensalão	91
Figura 37 — Apresentação da página inicial do infográfico 2013 #significa	92
Figura 38 — Página referente à temática #manifestações.....	93
Figura 39 — Sequencia do infográfico referente às manifestações pelo Brasil	94
Figura 40 — Primeira página sobre o tema #maismédicos	94
Figura 41 — Sequência do infográfico sobre o Programa Mais Médicos.....	95
Figura 42 — Primeira página do infográfico sobre #domésticos.....	95

Figura 43 — Infográfico que trata dos direitos trabalhistas das empregadas domésticas	96
Figura 44 — Infográfico sobre a reforma ministerial de Dilma Rouseff	97
Figura 45 — Infográfico com as informações de Cid Gomes.....	97
Figura 46 — Sequência do infográfico 45	98
Figura 47 — Notícia disponível no link sobre a reforma ministerial.....	98
Figura 48 — Infografia sobre a crise da água no Estado de São Paulo.....	99
Figura 49 — Infografia retratada na figura 48	100
Figura 50 — infográfico sobre formas de economizar água	100

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Fases da geração infográfica	49
Quadro 2 — Classificação dos tipos de infográficos	50
Quadro 3 — Definições de infografia	59
Quadro 4 — Resultado dos infográficos analisados.....	103

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 PERSPECTIVAS E CONTEXTO DO CAMPO TEÓRICO DO JORNALISMO	19
1.1 O CAMPO TEÓRICO DO JORNALISMO	19
1.1.1 Elemento central do jornalismo: a notícia	25
1.1.1.1 A construção da notícia	28
1.2 A ERA DIGITAL: PARA ENTENDER O WEBJORNALISMO	30
1.2.1 O webjornalismo	33
1.2.1.1 A notícia webjornalística	37
2 CONJUNTURAS DA PRODUÇÃO WEBJORNALÍSTICA INFOGRÁFICA	40
2.1 CONTEXTO DO CAMPO INFOGRÁFICO	40
2.2 INFOGRAFIA NO JORNALISMO	45
2.2.1 O campo infográfico no jornalismo brasileiro	51
2.3 CONJUNTURAS DA INFOGRAFIA NA ESFERA DIGITAL E NO WEBJORNALISMO	56
2.3.1 Notícias infográficas	61
2.3.2 Infografia interativa em base de dados: ferramenta webjornalística	64
2.3.3 O jornalista no âmbito da produção infográfica	68
3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	70
3.1 O <i>CORPUS</i> DA PESQUISA	70
3.2 PARÂMETROS NORTEADORES DE ANÁLISE	74
3.2.1 Exemplificando a análise	79
4 ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS INTERATIVOS DA FOLHA DE SÃO PAULO	82
4.1 INFOGRÁFICO: ELEIÇÕES 2010	82
4.1.1 Infográfico: tragédia de Realengo	84
4.1.2 Infográfico: o mensalão	87
4.1.3 Infográfico: 2013 # significa	92
4.1.4 Infográfico: reforma ministerial	96
4.1.5 Infográfico: a crise da água	99
4.2 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
REFERÊNCIAS	107

INTRODUÇÃO

As notícias não são mais pensadas, planejadas e produzidas como foram antes da era das mídias digitais. Elas ganharam novos formatos e se reconfiguram a cada ferramenta de potencialização digital e interacional disponível, que oferece ao receptor uma leitura dinâmica, rápida e multimídia.

A reflexão atual no campo da notícia centra-se notoriamente nas dimensões de construção, formatos produtivos e de distribuição em razão do desenvolvimento da esfera digital e seus desdobramentos no âmbito midiático.

O objeto de estudo desta dissertação está direcionado a compreensão das práticas jornalísticas, no sentido de refletir como se encontra o cenário contemporâneo das notícias webjornalísticas.

Temos uma dupla vertente de reflexão e de estruturação. A primeira voltada à reconfiguração da prática produtiva do jornalismo perante a realidade digital; e a segunda é direcionada para as consequências deste fenômeno, em que se destaca o uso crescente da linguagem infográfica interativa para noticiar fato analisado a partir da produção jornalística infográfica no Site do Jornal Folha de São Paulo.

Os infográficos nesta dissertação são compreendidos no sentido prioritário de gráficos informativos ou jornalísticos. Estes estão presentes na conjuntura do campo do jornalismo há décadas. De acordo com Sancho (2001), isso acontece desde os modelos dos jornais feitos à mão no século XVIII até o surgimento dos aparatos tecnológicos no século XIX. Afirmar ainda o autor que especialmente com as tecnologias digitais e seu desenvolvimento rápido a linguagem infográfica ganhou mais espaço e utilização no mundo das notícias de cunho multimídia e interativa.

Aguça-nos compreender as notícias junto ao modelo digital das mídias; como são produzidas, e se há uma construção no que se refere aos critérios balizadores da narrativa jornalística. Para isso, temos como *corpus* de análise seis infográficos interativos, produzidos e disponibilizados no site do Jornal Folha de São Paulo.

A *infontícia* é a terminologia que atribuímos às notícias feitas com recursos infográficos interativos e que estão enquadradas no que tangem os processos produtivos do jornalismo. *Info* vem de infográfico e notícia do formato construtivo de produto jornalístico.

São os infográficos que podem ser considerados a própria notícia, com construção coerente no que preconiza a produção jornalística e a linguagem infográfica. É a notícia propriamente estruturada ao formato webjornalístico/infográfico.

Confrontamos e problematizamos este fenômeno das *infonotícias* a dinâmica da Teoria do Jornalismo que, para Pena (2005), baliza a produção jornalística ao levar em consideração os critérios que norteiam a estrutura construtiva da notícia.

Ainda para o autor a relevância dos fatos deve estar guiada a partir de pressupostos de que as notícias informam, tem referência na realidade e ajudam em sua construção. O estudioso apresenta esta contextualização através da Teoria *Newsmaking* que aborda os critérios de noticiabilidade/valores-notícia.

A realidade produtiva das *infonotícias* surgiu com os primeiros impactos da chegada das mídias digitais que transformou a produção e a distribuição de informações. Pode-se afirmar que tudo começou a partir da invenção da prensa móvel, criada por Johannes Gutenberg, que no início do século XV revolucionou a tecnologia da tipografia e especialmente da impressão. Os rápidos avanços ocorridos com este fenômeno afetaram diretamente tanto a vida sociocultural, como, conseqüentemente, as formas de comunicação e da produção jornalística.

Para Traquina (2001), a imprensa sempre exerceu um papel importante na vida da sociedade. Com a era digital essa realidade ganhou mais expressividade e a relação entre jornalistas e receptores — e a do próprio indivíduo como colaborador do fazer jornalístico — tornou-se um fato. O autor ainda afirma que isso demonstra um campo complexo de várias análises e reflexões, principalmente quando se frisa os processos produtivos do jornalismo, pois este está ligado, também, às ações da teia social, cultural e cognitiva das sociedades.

Ao se observar o processo atual da produção webjornalística, temos a infografia interativa como consequência dos modelos da mídia multimídia. Sancho (2001) defende que os infográficos são uma contribuição jornalística, realizada com elementos icônicos e tipográficos, que permitem ou facilitam a compreensão dos acontecimentos. A infografia junto à prática jornalística deu forma dinâmica à informação, possibilitando representação gráfica interativa para noticiar.

Para Teixeira (2009), os infográficos atualmente ganham espaço e são cada vez mais utilizados pelos jornalistas na hora de produzir uma notícia, principalmente quando o objetivo é facilitar a compreensão de determinado acontecimento.

A composição infográfica, que permite utilizar áudio, vídeo, texto, animação, outros elementos gráficos e multimídia, além de tentar facilitar o entendimento da notícia,

torna a leitura dinâmica e interacional, como deve também cumprir o objetivo maior de noticiar.

Segundo Teixeira (2010), desde os anos 2000 com o crescimento dos estudos do jornalismo digital, a infografia vive um período de valorização e é apontada como um dos melhores formatos para a construção multimidiática das notícias ou narrativas no ciberespaço.

Diante da conjuntura produtiva do webjornalismo, problematizamos esta dissertação, corroborando com o pensamento de Doctor (2011) ao afirmar que vivemos uma nova era das notícias: a era das notícias híbridas. Seguindo essa lógica defendida pelo autor, acrescentamos a era das *infonotícias*, que são notícias pensadas e feitas por meio de recursos infográficos interativos.

Entendemos que ao tempo em que novas possibilidades surgiram em razão do avanço da mídia digital, nasceram também novas maneiras de pensar a produção e a linguagem das notícias. Martino (2014) ressalta que uma pluralidade de aparelhos, dispositivos e ferramentas surgiram com o digital e devem surgir também discussões envolvendo a capacidade dessa nova mídia, sem reduzi-la unicamente a um objeto.

A relevância desta dissertação se dá justamente por se tratar da análise de algo que está acontecendo no âmbito das reconfigurações do fenômeno da produção do webjornalismo, tendo na utilização da infografia interativa como um instrumento para noticiar umas das possibilidades de discutir e entender o cenário produtivo atual. Isto permitiu, a partir da observação, alicerçada aos estudos teóricos do jornalismo, como do campo infográfico, entender os novos processos comunicacionais da mídia.

A busca de trazer reflexões em torno do fenômeno dos novos formatos produtivos da notícia diante do processo digital, e como isso afetou a prática jornalística, perfil do profissional e do leitor são também pontos relevantes destacados neste trabalho.

Seguindo esse pensamento, vemos como importante discutir o elo existente entre a linguagem infográfica e a construção produtiva jornalística. Estruturas de produção que desde o jornalismo impresso são utilizadas em conjunto para facilitar a compreensão das informações e hoje, com as possibilidades digitais, ganharam mais potencialização de uso jornalístico.

Quanto aos objetivos, buscamos analisar e compreender a linguagem infográfica interativa como reflexo da prática webjornalística. Enfatizando os infográficos, observamos a construção jornalística, levando em consideração a estruturação de parâmetros e critérios produtivos do jornalismo. Ao frisamos infográficos interativos, vale ressaltar o tipo de interatividade proporcionada ao leitor. Primo (2008) coloca que com o surgimento dos meios

digitais a interatividade está ligada as relações entre os participantes de uma ação. Seja entre sujeitos, humanos e computadores, e entre duas máquinas ou mais.

A interatividade dos infográficos por nos analisados acontece e encontra-se dimensionada na interação do leitor com o infográfico, com todos os recursos disponibilizados através da produção interativa.

Para nortear os rumos do estudo, partimos da observação empírica, do acompanhamento de publicações científicas e do desenvolvimento da infografia no jornalismo e no webjornalismo. Procedimentos metodológicos referenciados por Lakatos e Marconi (2003).

Foram feitas observações em sites noticiosos, como o da Folha de São Paulo, O Estadão e O Globo. Todos esses jornais contam com produção infográfica. Ao observarmos cada um, notamos que a Folha de São Paulo é o que conta com uma vasta quantidade de produções deste cunho, que foi um dos pontos levados em consideração para escolhermos analisar os infográficos da Folha.

Outro fator que preponderou a escolha foi o espaço temporal e acesso mais ilimitado da seção dedicada aos infográficos. Em outros sites conseguimos ter acesso apenas a uma pequena quantidade de produção infográfica e do ano corrente. Não é permitido o acesso aos anos anteriores. Já a folha permite acesso do ano de 2010 ao ano de 2015.

A proposta metodológica foi centrada por meio da análise de infográficos interativos que tipificaram e se enquadraram no conjunto da produção multimídia webjornalística e infográfica interativa. A análise foi realizada através do Site do Jornal Folha de São Paulo que é referência no Brasil no que diz respeito à produção da infografia webjornalística.

Os infográficos disponibilizados no site pertencem a uma seção dedicada somente as informações infográficas. Realizamos a análise a partir de infográficos produzidos no período do ano de 2010 ao ano de 2015, devido o jornal disponibilizar este espaço temporal. Para cada ano foi escolhida uma produção para ser analisada, dando-nos parâmetro analítico necessário.

Escolhemos analisar um infográfico por ano embora a Folha conte com acervo vasto de produções, porque ao observarmos as publicações constatamos que apenas poucas se enquadram na linguagem infográfica interativa webjornalística. O critério de escolha dos infográficos analisados se deu por eles contemplarem a dinâmica tanto do âmbito da infografia, como da produção webjornalística, dando-nos condições de análise dentro da proposta levantada na pesquisa. O critério de escolha partiu destes pressupostos.

Os infográficos foram analisados com base na classificação de Beatriz Ribas, pesquisadora do campo webjornalístico e infográfico, que em 2004 realizou um estudo

referente às características da infografia multimídia webjornalística classificando-a em tipos, estado e categorias. A classificação da autora permitiu um suporte analítico no qual foi possível hierarquizar e tipificar os infográficos analisados dentro da linguagem infográfica interativa.

Para nortear a observação da produção jornalística neste âmbito das notícias infográficas, foi utilizada como parâmetro para análise a Teoria *Newsmaking*. Esta Teoria foi escolhida em razão de ter proporcionado condições de analisar os infográficos no que diz respeito a sua estruturação de produção como notícia. Podemos observar a partir da noticiabilidade e dos valores-notícia se as *infontícias* estruturam-se na narrativa jornalística.

A dissertação apresenta quatro capítulos, além da introdução e das considerações finais. No capítulo 1, *Perspectivas e contexto do campo teórico do jornalismo* buscamos contextualizar e compreender o desenvolvimento da esfera teórica do jornalismo, sua expansão e relevância para os estudos da prática jornalística à luz de autores, na busca de entender e refletir as transformações do jornalismo ante o surgimento das mídias digitais.

O capítulo 2, *Conjunturas da produção webjornalística infográfica*, abordamos o campo infográfico, seu âmbito na imprensa e nas produções das notícias; as dimensões do desenvolvimento da infografia interativa e como, diante dos processos de avanço infográfico, a produção webjornalística utiliza a infografia para noticiar.

No capítulo 3, *Procedimento Metodológico*, apresentamos o caminho escolhido e percorrido metodologicamente para realizar a análise e levantar reflexões sobre o campo da notícia na esfera digital.

No capítulo 4, *Análise dos infográficos interativos da Folha de São Paulo*, referenciamos a análise e resultados que chegamos ao observar a esfera produtiva das notícias no campo da infografia interativa, abordada como processo e desdobramento do desenvolvimento do jornalismo na *Web*. O *corpus* da pesquisa também é frisado neste capítulo, em que se destaca a importância e referência da produção infográfica do Jornal Folha de São Paulo.

Nas Considerações Finais, retomamos os principais pontos da discussão e são apresentadas perspectivas para futuros estudos com abordagem nas reconfigurações produtivas do jornalismo contemporâneo, em especial da notícia.

1 PERSPECTIVAS E CONTEXTO DO CAMPO TEÓRICO DO JORNALISMO

Este primeiro capítulo pretende contextualizar o desenvolvimento do campo teórico do jornalismo a partir de uma breve revisão de seu desenvolvimento e dimensões reflexivas; tendo como finalidade de situar a produção jornalística atual inserida na lógica das mídias digitais. Vemos como importante compreender a conjuntura balizadora da produção da notícia devido ao surgimento de suas primeiras bases até as configurações contemporâneas, já que é o elemento pujante desta pesquisa.

1.1 O CAMPO TEÓRICO DO JORNALISMO

Para iniciar este primeiro ponto do capítulo, citamos o pensamento da professora e estudiosa Thaís Jorge (2013, p. 113) ao ressaltar que:

De epistemologia recente, o jornalismo vem sendo estudando com frequência. As teorias que procuram abrangê-lo colocam as questões num enfoque histórico-social, apontando os aspectos filosóficos envolvidos fazendo, ao mesmo tempo, uma reflexão ontológica sobre o desenvolvimento da atividade.

Corroboramos com a autora na busca de compreender o cenário produtivo da notícia na atualidade, para isso demarcamos como caminho norteador o campo da teoria do jornalismo, por refletir o desenvolvimento e questões em torno da produção da notícia e de seus elementos construtivos. Como as notícias são produzidas no âmbito do Ciberespaço e da Cultura da Internet, fenômenos que proporcionaram ferramentas e dispositivos digitais ao fazer jornalístico são aspectos a serem entendidos.

Antes de adentrar especificamente nas abordagens referentes às teorias, destacamos o parâmetro de linha temporal das fases do jornalismo apresentada e defendida por Marcondes Filho (2000), que traça um quadro evolutivo das épocas do jornalismo, possibilitando o entendimento das transformações da área durante o seu processo de evolução. Essa linha do tempo é frisada como forma de situar às diversas fases que o jornalismo passou e vive.

O autor defende a existência de cinco épocas distintas na evolução da prática jornalística. A primeira compreende a Pré-história do jornalismo, entre o período de 1631 a 1789, caracterizada por uma economia de produção artesanal e elementar. A segunda é intitulada Primeiro jornalismo, de 1789 a 1830, cunhada pelo conteúdo literário e político; com textos críticos, comandados por escritores, políticos e intelectuais. A terceira surge com o

Segundo jornalismo, iniciando-se em 1830 e finalizando-se 1900. Neste período nasce a imprensa de massa, marcando o início da profissionalização dos jornalistas, como também a criação de manchetes e reportagens.

A quarta época, que é compreendida entre o período de 1900 a 1960, traz o Terceiro jornalismo. Esta foi marcada por vários fatores, tais como: a imprensa monopolista, a influência das relações públicas, as grandes tiragens e os fortes grupos editoriais que monopolizam o mercado. De 1960 em diante, é a época do Quarto jornalismo, caracterizado pela informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia, mudança das funções do jornalista, velocidade na transmissão das informações e valorização visual.

Marcondes Filho (2000) apresenta uma linha de temporalidade do jornalismo que reforça a importância de se compreender como a prática atual encontra-se e como as notícias são produzidas em meio a tantas transformações. Frisamos e debruçamo-nos nesta pesquisa sobre a época do Quarto jornalismo, em que a influência das tecnologias digitais e do ciberespaço como meio, são fortemente discutidos por estudiosos da área.

Castells (1999) afirma que vários fatos contribuíram para tornar realidade o panorama tecnológico na vida em sociedade. Como elemento da construção social, cultural e cognitiva dos indivíduos o jornalismo se enquadra nesta realidade. Podemos perceber isso com as possibilidades convergentes e dinâmicas da produção jornalística contemporânea.

Com a concretização das tecnologias como parte das nossas produções e relações, o âmbito das notícias foi modificado e hoje não são pensadas, planejadas e produzidas como antes, mas ganham novas dimensões, oferecendo ao receptor uma leitura diferenciada dentro do contexto que o espaço digital oferta a todos nós. Compreender como se chegou a esse ponto, exige que as estruturas produtivas anteriores que estão balizadas no desenvolvimento teórico do campo sejam revistas e analisadas na conjuntura atual.

De acordo com Alsina (2009), a maioria das Teorias são válidas e utilizadas até hoje pelos jornalistas, principalmente na hora de produzir uma notícia. Mas nos indagamos como os critérios produtivos são vistos e usados nesse turbilhão de transformações produtivas do jornalismo na *Web*, ou Webjornalismo?

Tendo em vista, como frisa o autor, que o campo teórico foi construído apontando nortes em busca de aprofundamento sobre a pertinência do campo comunicacional e do exercício jornalístico como membro da segmentação social, cultural, política, econômica e cognitiva da sociedade.

Entender as teorias e métodos que trazem as intenções e abordagens, tanto da comunicação como do jornalismo, não foi, e ainda não é tarefa fácil, pois de acordo com

teóricos como Wolf (2002), existe um conjunto de conhecimentos, pontos de vista e métodos que são heterogêneos e discordantes, quando se trata de discutir os elos teóricos. Para o autor é mais simples expor o que ele chama de tendências mais difundidas e consolidadas. Convergimos com o estudioso e fazemos um panorama objetivo e simples dos modelos teóricos mais consolidados dos estudos da teoria do jornalismo, para assim chegarmos às reflexões pretendidas.

A definição da palavra teoria está ligada ao conhecimento racional, princípios básicos de uma ciência e hipóteses (FERREIRA, 2008). A teoria aponta para a elaboração de ferramentas e aprofundamento das análises dos objetos que nos propomos observar e explicar. Ao centrarmos essa conceituação ao campo da comunicação Wolf (2002) defende que entender o campo teórico, ajuda a perceber a importância do desenvolvimento e da aplicação da comunicação social em suas várias dimensões que impactam na vida em sociedade.

A área teórica do jornalismo, de acordo com Traquina (2001), se debruça em compreender, especialmente, porque as notícias são como são. Para isso diferentes teorias surgiram na busca de responder essas indagações.

Entender o desenvolvimento e a conceituação da esfera produtiva e ideológica, como também refletir a prática do jornalismo como um elemento da estrutura sociocultural, foram pontos centrais das discussões dos teóricos por meio das teorias do Espelho, *Gatekeeper*, *Newsmaking*, Organizacional, Construcionista, Estruturalista e outras mais.

Os estudos que englobam as teorias do jornalismo são centrados em vários campos do saber como filosofia, sociologia, estudos culturais, política e outros que durante o tempo mesclaram as discussões sobre a expansão da prática jornalística.

Para Wolf (2002), o modelo teórico sobre as comunicações de massa surgiu por causa do próprio contexto histórico, social e econômico das sociedades, como também pelo papel relevante que os meios midiáticos exerciam. O teórico ainda esclarece que discutir as teorias e seus pontos estruturantes de abordagem, não segue necessariamente uma ordem cronológica de sucessivos acontecimentos, mas modelos de pesquisa que se desenvolveram e coexistiram, nos permitindo entender o processo modificador do desenvolvimento global do campo.

O objetivo deste capítulo não é esmiuçar cada teoria, mas sintetizar como apontam os estudiosos do campo as mais preponderantes da área de estudo.

A partir da década de 1950, a esfera do jornalismo fomentou o debate sobre as correntes, escolas e tendências teóricas. Muitas das quais antagônicas entre si, mas que buscavam um único denominador de entender a esfera produtiva da notícia. De acordo com Sousa (2002, p. 2):

Uma teoria científica tem de delimitar conceptualmente os fenómenos que explica ou prevê. A teoria do jornalismo deve ser vista essencialmente como uma teoria da notícia, já que a notícia é o resultado pretendido do processo jornalístico de produção de informação. Dito por outras palavras, a notícia é o fenómeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do jornalismo e, portanto, qualquer teoria do jornalismo deve esforçar-se por delimitar o conceito de notícia.

O autor esclarece bem o que o processo teórico do jornalismo deve buscar focar e compreender. A notícia, como apontam alguns pesquisadores, é o elemento primordial do jornalismo, e possivelmente, a constante investigação da teoria jornalística tentando sempre esmiuçar as notícias de acordo com suas transformações ao longo do tempo e dos contextos socioculturais, nos quais estavam inseridas se faz necessário devido ao seu papel de relevância.

Para Pena (2005), o desenvolvimento teórico do jornalismo e suas principais ideias nos auxiliam a realizar um quadro panorâmico dos estudos e discussões em torno do entendimento da prática produtiva. Os trabalhos que surgiram em meados do século XIX são considerados os primeiros estudos sistemáticos sobre a natureza do jornalismo, pois trazem reflexões de pontos centrais, possibilitando-nos a responder aos questionamentos fomentados por Nelson Traquina (2005): O que são notícias? Por que as notícias são como são?

O progenitor da Teoria do jornalismo, como apontam alguns estudiosos, foi o alemão Tobias Peucer, que defendeu a primeira tese sobre jornalismo em 1690 na Universidade Leipzig. Peucer (2004, p. 11-30) debatia o conceito de notícia e a classificava como sentido de nova comunicação. E foi exatamente nesta vertente que os estudos sobre o jornalismo e, conseqüentemente, sobre a notícia que o campo teórico se formou.

Em primeira linha no cenário encontramos a Teoria do Espelho, que surgiu a partir dos anos 1850. Essa teoria defende que as notícias são vistas como o espelho da realidade. Em desuso pela academia a partir da constatação de que a seleção e a própria narrativa não são neutras, pois seguem o senso comum dentro das redações.

Para Pena (2005), a Teoria do Espelho surgiu diante das profundas mudanças que se processavam na imprensa dos Estados Unidos com o desenvolvimento da indústria noticiosa de massa e em contraponto ao anterior jornalismo literário, ideológico, partidário e sensacionalista.

Um século depois de discussões sobre a fundamentação da Teoria do Espelho, surge a *Gatekeeper*, em 1950, também conhecida como a Teoria da Ação Pessoal (SCHUDSON,

1999). Sua publicação nasce nos Estados Unidos com o estudo de David Manning White (1950), que atribui destaque à percepção e seleção individual do jornalista.

Contrapontos surgiram às visões da Teoria do *Gatekeeper* e na mesma década, nos aponta Wolf (2002), Breed (1955) lançaria a Teoria Organizacional. Ao contrário da teoria anterior, de um imenso poder pessoal, o jornalista agora é levado ao conformismo diante da lógica das empresas. A ênfase está na notícia como relato resultante das condições organizacionais. O Jornalismo é visto como um negócio que está estruturado de modo empresarial.

Neste cenário surgem os chamados impérios da comunicação, que Wu (2012) apresenta como hegemonia dos monopólios da informação. Há uma centralidade industrial e econômica que poucos dominam.

Ainda nos Estados Unidos, em 1970, por meio dos trabalhos de McCombs e Shaw (1972), surge a Teoria do Agendamento, ou Agenda *Setting*; embora a relação causal entre agenda midiática e pública já tivesse sido ventilada por Walter Lippmann, ainda nos anos 1920. Para os estudiosos da teoria, o público considera os assuntos veiculados na mídia como os mais importantes, agendando o que elas iriam discutir e priorizar falar durante as suas conversas.

A mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos. Ajuda a estruturar no público a imagem da realidade social, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas. Reflexões sobre a determinação dos temas que deveriam ser veiculados, levando o público a falar e discutir durante suas conversas diárias o que foi noticiado, é ponto central do viés da teoria do agendamento.

Ainda diante dos primeiros eixos de embate do campo teórico, a década de 1970 marcou uma fase de muitos questionamentos acalorados sobre o jornalismo. Várias teorias se erguem, e entre elas a Teoria Instrumentalista, segundo a qual as notícias seriam produzidas de maneira parcial, servindo objetivamente a determinados interesses políticos. (TRAQUINA, 2005).

Os instrumentalistas, de acordo com o estudioso, dividiam-se em duas correntes teóricas, uma de cunho direitista que considerava os jornalistas uma classe social distinta, direcionada em distorcer as notícias para difundir sua ideologia; e uma esquerdista que sustentava serem os jornalistas oprimidos nas empresas, sempre pressionados a reproduzirem os valores capitalistas.

Dentro deste quadro teórico, outras duas teorias foram fundamentais nos estudos do âmbito do jornalismo. A primeira: Teoria dos Definidores Primários que considera as notícias

como produtos distorcidos, mas não por objetivo dos jornalistas ou dos proprietários dos veículos. As notícias não refletiriam a realidade porque ela seria alterada pelas próprias fontes entrevistadas pelos jornalistas, que distorceriam os fatos em seu favor.

A segunda — com discussão bastante atual no campo teórico e a última a ser destacada no capítulo — é a Teoria *Newsmaking*. Esta teoria apresenta a conjuntura de que o jornalismo está distante de ser o espelho do real e contextualiza a construção da notícia. Segundo Pena (2005), é na verdade a construção de uma suposta realidade, ou simplesmente nos demonstra a construção da imagem da realidade social.

Mauro Wolf (2002), Nelson Traquina (2001, 2005, 2008, 2012) e Gaye Tuchman (1978), convergem no pensamento de que por meio dessa teoria a produção da notícia, embora possa parecer um processo simples, precisa ser planejada como uma rotina industrial e meticulosa. Tuchman (1978) afirma que a teoria *Newsmaking* centra-se em três vertentes: a organização do trabalho jornalístico, a cultura profissional e os processos produtivos.

Meditich (2010) defende a temática dessa teoria, afirmando que é preciso seriamente entender a importância da realidade no jornalismo. É necessário indicar a compreensão dos fatos como construções primeiramente humanas e o jornalismo como esfera da produção dos acontecimentos em um procedimento complexo de objetivação e subjetivação do conhecimento.

Nesta teoria se enquadra a noticiabilidade, que é o conjunto de critérios e instrumentos para escolher os acontecimentos importantes de serem transformados em notícias e que são balizados por meio dos valores-notícia.

Silva (2014) diz que a noticiabilidade conecta o acontecimento à realidade ocasionando o entendimento do mundo possibilitando, desse modo, uma construção sociocultural aos indivíduos, no qual os valores-notícia inseridos neste cenário são os aspectos da noticiabilidade entrelaçado nas rotinas da prática jornalística.

Observamos diante do recorrido que os estudos do jornalismo se voltam ao trabalho jornalístico em sua execução. Os critérios sobre o que é notícia e seu destaque são discutidos como pontos preponderantes. Já no que se refere ao jornalista, ressalta-se que este não tem um nível de poder individual que lhe é atribuído pela Teoria do *Gatekeeper*, mas também não são subjugados dentro da redação quanto relata a Teoria Organizacional.

A notícia em sua divisão seria resultado da execução entre vários profissionais, de certa forma, *gatekeepers*, que dentro de suas inevitáveis subjetividades individuais produzem com base em critérios profissionais de noticiabilidade, como valores-notícia de relevância, sempre voltados à novidade, ao inesperado, ao interesse público, entre outros.

A área teórica do jornalismo evoluiu substancialmente quando nos referimos à conceituação da prática jornalística como esfera do conhecimento científico. A partir da década de 1950 os eixos de discussões e desenvolvimento das teorias em busca de enriquecer o entendimento dos fenômenos jornalísticos, especialmente a construção da notícia, nos dão aporte de reflexão para a realidade atual.

Outras teorias e modelos surgiram até o fim do século passado, explicando e expandido o campo teórico, como por exemplo, a teoria Unificadora e a Multifactorial da Notícia, mas nos retemos em abordar as mais debatidas na conjuntura e natureza dos estudos do jornalismo na sua prática passada e contemporânea.

1.1.1 Elemento central do jornalismo: a notícia

A notícia – considerada como o principal produto do jornalismo – deve ser analisada atentamente em seus pontos principais de construção ao longo dos anos. Identificar quais são os fatores atuais que contribuem para sua elaboração, levando em consideração as mudanças que o avanço tecnológico introduziu no fazer jornalístico, nos leva ao caminho analítico de fomentar as discussões de como a notícia é produzida e disponibilizada diante das possibilidades multimídia.

Para Nelson Traquina (2012), o jornalismo pode ser compreendido por meio da produção das notícias, que são “estórias” para responder as inquietações das pessoas.

Para ele “os jornalistas são os modernos contadores de “estórias” da sociedade contemporânea, parte de uma tradição mais longa de contar estórias” (TRAQUINA, 2012, p.19). O estudioso ainda afirma que a constatação de que uma notícia é uma ‘estória’ não a rebaixa, nem a acusa de ser fictícia. Adverte-nos para o fato de que a notícia como todos os documentos públicos, deve ser uma realidade construída e possuidora da sua própria validade.

Dentro dessa conjuntura Traquina (2005, p. 22) afirma que o jornalismo é:

Uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias, embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa. E os jornalistas não são apenas trabalhadores contratados, mas membros de uma comunidade profissional que há mais de 150 anos de luta está empenhada na sua profissionalização com o objetivo de conquistar maior independência e um melhor estatuto social.

A notícia nos direciona diretamente a um gênero específico de texto, que deve ter comunicação breve, clara e objetiva. (JORGE, 2013). A finalidade prática do jornalismo está intrinsecamente ligada à produção das notícias, que é transmitir informações estruturadas em sua lógica de compreensão do que se quer informar.

Jorge (2007, p. 37) faz um paralelo conceituando o jornalismo e a notícia e ressalta que:

O jornalismo é atividade intelectual de produção de conhecimento, cujo objetivo é fornecer informações atualizadas a sociedade, sob a forma de notícias. Consideramos jornalismo como “possuidor” ou representante de um gênero de discurso, expresso por meio de narrativas que teriam a notícia – um relato, texto, elaborado com a intenção de comunicar e transmitir informações organizadas, adaptado aos veículos rádio, jornal, TV e ao meio digital – como modelo ou unidade básica de construção de significados.

O que a autora enfatiza é que embora a prática jornalística esteja ligada a outros elementos de construção textual, como por exemplo, a reportagem, a notícia obtém o patamar de matéria prima do jornalismo.

Nelson Traquina (2012) afirma que a notícia é a instituição de autoridade profissional dos jornalistas. Para a construção desta, as esferas da sociedade, em todas as suas dimensões, sendo elas a política, a econômica, a cultural e a social, possuem um valor jornalístico; dando ao jornalista, por meio da produção da notícia, o “poder” estruturante (embora que preso dentro de uma perspectiva hierárquica produtiva) de centralizar as informações no âmbito do impactante e relevante; que mereça destaque, alerta ou divulgação (TRAQUINA, 2012).

Os acontecimentos que interessam as pessoas e tem um grau de importância no que informam são destacados por Lage (2000) antes mesmo do estudo de Nelson Traquina (2012) como fatos que devem ser levados a sociedade como notícias e que devam: comover, motivar e gratificar os indivíduos, pois em seu ponto central as notícias buscam e tentam atingir esse objetivo.

Todas as funções e objetivos da notícia datam de sua origem, que de acordo com Jorge (2013, p. 115) “a notícia está ligada desde a ascensão da burguesia à invenção da moeda”, em outras palavras a notícia nasce para exercer um papel de simbologia na sociedade. Ainda segundo a autora, é justamente essa característica que auxilia na construção do sentido, pelos indivíduos, da realidade vigente. Desse modo, a notícia nos ajuda, antes de tudo, a selecionar, priorizar e compreender os fatos que permeiam a nossa realidade.

Para Correia (2011, p. 36), os estudos jornalísticos referem-se “ao termo notícia em sentido amplo, isto é, tudo aquilo que um jornal publica. Já a notícia em sentido estrito ou

técnico refere-se ao gênero canônico que designa um texto com as seguintes características: informativo e centrado nos fatos; caracterizado pela existência de um título, de subtítulos, de um parágrafo inicial chamado *lead* no qual se procura responder a seis questões consideradas fundamentais (O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?)”.

No tocante ao encadeamento do *lead* e sua importância na construção da notícia, Correia (2011) relata que as questões pertinentes à composição da notícia devem estar todas enquadradas no primeiro parágrafo do texto, contendo as respostas às seis perguntas consideradas básicas e com parte da ideia da pirâmide invertida, ou seja, os fatos seriam relatados em ordem decrescente de importância.

A pirâmide invertida foi um marco na história da produção da notícia e teve sua eclosão, segundo Jorge (2004), com a chegada do telégrafo, dando dimensão ao valor-notícia.

O jornalismo ou pré-jornalismo, como defende Felipe Pena (2005) teve início com os relatos orais da democracia ateniense, que se estruturava em um jornalismo com a prática da notícia oral, em que tudo que era importante para o interesse público era dito ao ar livre no mercado de Atenas. Neste período a produção era artesanal diante de uma economia simples e rudimentar.

A estrutura se firma entre pirâmide invertida, lide, sublide, desenvolvimento e fechamento, dando ao leitor as principais informações já no primeiro parágrafo da notícia. Podemos observar que a natureza da notícia obedece ao que Charaudeau (2010) chama de conjunto de informações que tenham um caráter de novidade e que se relacionem a um mesmo espaço temático.

As notícias são, evidentemente, frutos da história, quando nos referimos aos processos de transmissão informacional. Jorge (2013) apresenta três importantes fatores históricos que ajudaram a notícia se firmar na sociedade. São eles: i) a urbanização e organização das cidades; ii) o aumento do nível de alfabetização, facilitando que as informações sejam difundidas; iii) o surgimento da propaganda, que deu as empresas jornalísticas uma nova maneira de financiamento.

A estudiosa aponta que antes mesmo de estruturar este tripé, quatro ouros pontos são essenciais para entender o campo da notícia e sua evolução nos últimos cinco mil anos: invenção da escrita, do alfabeto, desenvolvimento dos tipos móveis e o surgimento da internet.

Em estudo realizado antes da pesquisa de Jorge (2013), Lage (2000, p. 16) ressalta que a notícia é um “bem de uso universal”, que ao longo dos anos evoluiu e se desenvolveu, fundando o jornalismo. Assim, a principal força da prática jornalística é a notícia com seus

elementos construtivos de significados que junto à vida da sociedade, principalmente em suas dimensões social, cultural e cognitiva dar sentido aos acontecimentos.

Como elemento central do jornalismo, a notícia, obteve o direito de penetrar em qualquer esfera, pois traz ao público uma nova concepção a respeito da informação, algo que Martín Barbero já afirmava em 1987.

Na atualidade, essa nova concepção de informação é reafirmada pelo fato de que a comunicação se dá por meio da dinâmica digital. O jornalismo, a notícia, bem como todas as dimensões que contemplam o campo produtivo de informação, se encontra em profunda transformação com a realidade do ciberespaço.

Desde a invenção das locomotivas, da fotografia, do cinema, do telefone e da chegada do computador – revoluções que geraram profundas transformações sociais e tecnológicas – que o campo informativo se reconfigura. O produto noticioso, desde os primeiros formatos de comunicação humana, passou por várias etapas de construção e estudo; atualmente as formas de produção e transmissão informativa ganham debates e reflexões.

1.1.1.1 A construção da notícia

A construção da notícia atualmente está diretamente atrelada aos suportes do meio digital devido às suas possibilidades e características. Este fato causa desde o advento tecnológico muitas reflexões de como a notícia é produzida.

Segundo aponta Traquina (2001), embora o processo digital tenha modificado o formato das notícias, o desenvolvimento produtivo ainda segue padrões instituídos pelos meios analógicos.

A notícia vive uma nova fase desde a instituição das ferramentas e recursos da *Web* em nossas vidas. O que se deve ponderar, como ressalta o pesquisador, é que embora mudanças tenham ocorrido nas redações, no perfil do jornalista e na apresentação da notícia, a construção atual é um reflexo das estruturas passadas. Não há como enterrar um processo anterior, pois os arcabouços do hoje são vislumbres dos primeiros moldes de produção.

Lage (2002) aponta três fases de processo de produção da notícia: a seleção, a ordenação e a nomeação dos eventos. Nestas três fases são frisados itens norteadores tais como: a ordem de importância, a utilização do *lead* e o uso de linguagem de fácil assimilação pelo leitor. Pontos norteadores até hoje presentes nas redações.

Para Ponte (2005), quando se fala em notícia reflete-se a transformação de um acontecimento diário em uma produção jornalística que deve ser resultado de uma avaliação

ponderada por parte dos jornalistas dos critérios de noticiabilidade seguidos consequentemente dos valores- notícia.

De acordo com Traquina (2005), os critérios de seleção dos fatos para construir uma notícia estão atrelados às dimensões de notoriedade, proximidade, tempo, notabilidade, surpresa, conflito, escândalo, e contextualizados em equilíbrio e visualidade, por fim com seleção construtiva em relevância.

Essas dimensões para produzir uma notícia apresentadas pelo o autor faz com que o jornalismo seja peça do processo sociocultural da sociedade e que os jornalistas ponderem seu texto diante da vasta gama de informações que tem a seu dispor.

A respeito disso Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 295) nos diz:

Mas, de qualquer jeito, o jornalista vai se perguntar se um fato merece ser notícia. Em alguns casos, a magnitude do acontecimento faz com que a pergunta, se é que chega a ser cogitada, seja absolutamente desnecessária; mas em outros casos, o jornalista vai se questionar quais elementos do acontecimento podem se tornar notícia. Para isso, ele levará em conta, basicamente, se isso interessa aos leitores, se interessa aos seus chefes, e se for possível, de acordo com o material que possui, se essa notícia pode ser feita.

Alsina (2009) ainda aponta que a construção da notícia parte de uma seleção atrelada a muitos critérios e circunstâncias que fazem parte da rotina do jornalista enquanto elemento do conjunto social.

No âmbito da construção da notícia temos os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, que compreendem a rede produtiva da notícia. Silva (2014) aponta que os dois conceitos estão sempre atrelados como sinônimo, quando na verdade os valores-notícia e seleção de notícias são pertencentes ao universo de essência dos estudos da noticiabilidade.

Shoemaker (2014) esclarece os dois parâmetros pertencentes às rotinas de produção da profissão de jornalista e que determina o que realmente se torna notícia. A ideia de noticiabilidade está relacionada com a significância social do acontecimento e é uma construção do cognitivo. Já os valores-notícia têm relação direta com a ideia de noticiabilidade, só que no contexto das rotinas produtivas seguidas pelos jornalistas, e tem sido estudado sempre neste contexto por pesquisadores da área.

Dentro das discussões acerca da rotina de produção do jornalismo e, consequentemente, da construção da notícia, temos o abandono da Teoria do Espelho para entender que, de fato, o jornalismo ajuda a construir a realidade, não sendo mero reprodutor dessa realidade.

É neste sentido que pensamos as notícias, e para tal salientamos a importância da Teoria *Newsmaking* em sua avaliação criteriosa de noticiabilidade e valores-notícia, que nos dá suporte quando se decide analisar as nuances da cultura profissional do jornalista, da organização do trabalho e dos processos produtivos do seu elemento principal, — a notícia.

1.2 A ERA DIGITAL: PARA ENTENDER O WEBJORNALISMO

Apresentamos a seguir algumas ponderações que consideramos necessárias para compreender o que a era digital representa atualmente no campo do fazer jornalístico. As transformações advindas dos avanços tecnológicos digitais não afetaram apenas o formato da comunicação das pessoas, ou do jornalismo em sua prática profissional, mas impactou principalmente nas estruturas receptivas e o próprio perfil do jornalista.

McLuhan (1964) já afirmava que as tecnologias afetariam a sociedade criando novos padrões de lazer e de trabalho e que o globo terrestre representa uma vila. Este estudioso visionário não estava errado e hoje as tecnologias digitais são um fato em nossas ações diárias, sejam elas no âmbito dos relacionamentos, das interações e da comunicação.

Thompson (1998) apontava que o século XX emergiu como uma nova linguagem da comunicação com a chegada tecnológica. O surgimento da internet neste mesmo período marca o início de uma nova era cultural, social e cognitiva das pessoas.

A cultura surgida a partir das processualidades digitais, intitulada de cibercultura, é definida por Lévy (1999, p. 17) como o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Referenciando o ciberespaço o estudioso defende-o como uma abertura de um novo espaço de comunicação e compete apenas a nós explorar as devidas potencialidades positivas, seja no plano cultural, humano, econômico ou político.

Lemos (2010, p. 128) nos esclarece em estudo mais recente às perspectivas do ciberespaço e suas dimensões:

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.

O interesse ao frisar os estudos da cibercultura não é adentrar na discussão teórica do termo, mas evidenciar as suas implicações transformativas, já que estas se estabelecem como base para compreender os processos referentes à sociedade modernas e midiaticizadas e, conseqüentemente, do jornalismo contemporâneo.

Santaella (2004) enfatiza que a sociedade contemporânea é referenciada em um sistema de comunicação eletrônica que liga os seres humanos e os computadores em uma relação simbiótica, que se desenvolve exponencialmente devido à comunicação interativa, na qual as pessoas podem acessar e trocar informações. É nessa lógica, trazida pela pesquisadora, que a criação da internet e o desenvolvimento tecnológico digital proporcionaram o surgimento de novas condições de produção informacional.

A caracterização da revolução da Internet não está na centralidade das informações, mas na ampliação destas por meio dos processos da tecnologia, que se tornou uma realidade mundial com variadas ferramentas digitais e de potencialização interacional. (CASTELLS 2003). É nesta vertente que se dinamiza o jornalismo.

A Internet como meio de comunicação, de interação e de organização social abrangente, surge em uma nova lógica da sociedade, intitulada por Sodré (2009) como sociedade midiaticizada.

Sodré (2009, p. 24), afirma que a sociedade midiaticizada, e a conjuntura da midiaticização, manifestam-se de forma heterogênea na vivência social e se configuram pelos avanços tecnológicos, em que a natureza da organização em sociedade não é linear, mas descontínua. O autor postula que a midiaticização se caracteriza como uma nova forma de vida, intitulada por ele de bios.

Implica a midiaticização, por conseguinte, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um bios específico. Logo nas primeiras páginas de sua *Ética a Nicômaco*, Aristóteles distingue, a exemplo do que já fizera Platão no *Filebo*, três gêneros de existência (bios) na Pólis: bios theoretikos (vida contemplativa), bios politikos (vida política) e bio apolaustikos (vida prazerosa, vida do corpo).

O novo bios, ou bios virtual, seria ainda, dentro do pensamento do estudioso, uma terceira natureza, na qual a mídia representa uma nova forma de vida.

Miége (2009) também destaca que a midiaticização impôs o fenômeno da ruptura, da participação da audiência na condução da informação, criticando e produzindo, característica

básica da Web 2.0¹. É nessa sociedade de mediatização das relações e das produções informacionais, que o jornalismo atual se estabelece. Antes mesmo de Miége trazer essa reflexão, Arnet (2005, p. 88) nos afirmava que:

O sistema digital da informação, colocado em funcionamento através da internet, deve ser analisado em sua dupla perspectiva: como fonte primária de informação - condição de acessibilidade aos dados – e como sistema de ordenação e transmissão de notícias.

A pesquisadora apresenta uma perspectiva de mudança no campo do jornalismo que como parte do desenvolvimento da estrutura sociocultural deve ser analisado em seu ponto central: a notícia. Nessa linha de pensamento, Doctor (2011, p. 26) destaca o que a era da internet causou aos leitores e jornalistas.

A era da internet concebeu tanto aos leitores quanto aos jornalistas novas e inacreditáveis ferramentas para produzir e distribuir notícias, bem como para lê-las em qualquer lugar e em todos os lugares, e a partir da maior diversidade de fontes imagináveis.

Antes dos estudos defendidos por pesquisadores como Doctor, Henry Jenkins trazia à tona a discussão dos desdobramentos do fenômeno da tecnologia para os meios midiáticos. As mídias digitais se apresentam de forma convergente e o contorno do conteúdo midiático já não é mais o mesmo, o jornalista e os receptores também não.

A convergência dos meios, ressalta Jenkins (2009), é um dos pontos importantes das reconfigurações que a comunicação e jornalismo sofreram com o advento e desenvolvimento crescente dos padrões da dimensão digital. A expansão das redes, a produção coletiva do conhecimento e o acelerado crescimento das redes de Tecnologia de Informação e Comunicação, refletem a convergência midiática. Segundo Jenkins (2009, p. 29):

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.

¹ Conceito que se refere à segunda geração de serviços da web baseado em aplicativos e redes sociais. A web 2.0 foi criada pela empresa americana O'Reilly Media, em 2004.

É no âmbito do processo convergente que as produções jornalísticas estão centralizadas, seguindo um paradigma híbrido e multimidiático. A era da convergência, da Internet e de dispositivos móveis, trouxe para o jornalismo mudanças exponenciais, como por exemplo, a notícia em formato infográfico interativo.

Pereira (2011), e os demais autores seguintes, colocam que as tecnologias digitais devem ser pensadas e discutidas além da sua capacidade e desempenho de computação. O autor quer nos dizer que o processo envolvido na era tecnológica perpassa a capacidade dos computadores e deve ser analisada como desenvolvimento da sociedade em rede.

Segundo Wu (2012), em 2010 a realidade das tecnologias e da Internet já tinham se tornado uma rede universal voltada para todos os tipos de dados tais como: televisão e outras mídias, vídeo e ligações telefônicas. Nesta linha de pensamento, o estudioso Kelly (2012) observa que a vida moderna é pautada pelas tecnologias digitais, que rapidamente encontraram sua função ideal no mundo. Para ele, o âmbito tecnológico se torna um agente ativo no processo de aumentar as opções comunicativas de formatos interacionais.

Ratificamos o que Di Felice e Lemos (2014) acentuam sobre o surgimento da comunicação digital, ao afirmarem que vivenciamos uma das mais importantes revoluções da nossa época, por razão principal da concepção de uma arquitetura informativa não limitada a somente distribuir informação, mas por permitir também a interação, a conversação entre dispositivos de conexão, pessoas e entre tudo que existe na Rede².

O jornalismo na *Web* ou webjornalismo é contextualizado no âmbito dessa arquitetura que funciona na ambiência da rede, esfera abordada no ponto adiante.

1.2.1 O webjornalismo

Será fomentada aqui a reconfiguração do jornalismo a partir do desenvolvimento do campo digital e da sua influência direta na prática jornalística. O movimento para colocar os jornais na rede, marcando a primeira fase do jornalismo eletrônico, se deu em 1970. Essa primeira fase foi assinalada por explorações com conteúdos virtuais e serviços básicos como previsão do tempo e lista telefônica. (JORGE, 2004).

Tempos mais tarde, em 1981, se inicia nos Estados Unidos o que poderíamos chamar de segunda fase do jornalismo em meio digital. Jorge (2004) diz que foi nesse período que o

² Franca (2002) fala da noção de rede na comunicação como acepção de rede de sentidos e rede de informações, que se desenvolvem na esfera das práticas sociais regida pela a tecnologia.

*Columbus Dispatch*³ disponibilizou partes da edição diária na tela do computador. Isso fez com que vários outros veículos seguissem a nova dinâmica, como por exemplo, o *New York Times* e o *Los Angeles Times*.

Seguindo a estruturação da autora, a terceira fase ou etapa ocorre partir de 1995 e foi norteadada com o surgimento e concretização do hipertexto, em que os *links*⁴ obtiveram auge. Nesse momento ainda não existia uma nomenclatura para o jornalismo feito no espaço digital, mas os discursos e reflexões da prática jornalística na rede mundial de computadores se iniciavam junto às argumentações de estudos sobre a Internet, e disciplinas voltadas para as implicações da tecnologia no campo do jornalismo e na vida social.

Quando partimos para a conceituação e nomenclaturas do jornalismo no espaço digital, encontramos uma variedade de termos usados por pesquisadores da área. É comum, ao realizar uma pesquisa ou leitura do assunto, se deparar com as terminologias: Jornalismo eletrônico, Jornalismo digital, Ciberjornalismo, Jornalismo online, Webjornalismo.

Lemos (2010), tendo como pano de fundo o ciberespaço, refere-se ao jornalismo na *Web*, como ciberjornalismo, pois remete a prática jornalística realizada com o auxílio das possibilidades tecnológicas. Já Mielniczuk (2003) ressaltava que o mais adequado é utilizar webjornalismo por designar a produção de conteúdo jornalístico exclusivamente para a *Web*. Muito antes, até mesmo, de Lemos defende o termo ciberjornalismo.

Mielniczuk (2003) apresenta as definições das nomenclaturas sobre a prática da produção do jornalismo contemporâneo do seguinte modo:

- 1- Jornalismo eletrônico: prática do jornalismo utilizando equipamentos e recursos eletrônicos.
- 2- Jornalismo digital: emprega tecnologia digital, dando tratamento de dados em forma de bits as produções.
- 3- Ciberjornalismo: produção que envolve tecnologias que usam o ciberespaço.
- 4- Jornalismo online: utiliza a transmissão de dados em rede e tempo real.
- 5- Webjornalismo: utilizar uma parte da Internet (a *Web*).

³ Jornal com sede em Columbus, Ohio. Considerado o único jornal diário de tradição na cidade. Fundado em 1871.

⁴ Tido por pesquisadores como Mielniczuk (2002) o principal elemento do hipertexto, capaz de estruturar uma narrativa multilinear.

Canavilhas (2007) também segue o mesmo pensamento da autora e afirma que com a realidade webjornalística diferentes elementos multimídia alteraram o processo produtivo da notícia.

Embora existam variadas denominações, conceitos e nomenclaturas, se constata que não há um consenso sobre uma denominação única para designar a prática jornalística no ambiente da Internet. Concordamos com Palácios (2011) ao afirmar que independente da definição ou nomenclatura, o jornalismo no espaço online é uma atividade jornalística feita de alguma maneira na Internet com suporte dos meios digitais.

Não pretendemos aprofundar as questões sobre terminologia e adotaremos a utilização do termo webjornalismo para referenciar o jornalismo na *Web*, durante nossas abordagens sobre o tema.

O jornalismo viu crescer incorporações do contorno multimídia nas redações. Mudanças na escrita, no novo público, na colaboração direta dos leitores e nas diversas ferramentas a disposição da produção da notícia, são algumas das mudanças advindas. Diretamente afetado, o jornalista teve que se adequar aos moldes atuais. A rotina foi alterada e o profissional se depara com uma forma nova de obter informações, de pesquisar assuntos, de contato com as fontes, e principalmente, de lidar com as ferramentas e dispositivos.

Moura (2002) diz que o jornal no espaço online oferece serviços e formatos de informações, que os jornais convencionais, a televisão e o rádio, não oferecem ao receptor. Acrescenta ainda, que o jornalismo que antes era caracterizado por um formato único, ou de mão única, a partir das especificidades do formato da *Web* recebeu características do próprio meio passando a ser convergente, hipertextual e interativo.

Em relação ao caminho percorrido pelo jornalismo em ambiente virtual, Ferrari (2003) aponta que transformações ocorreram, e devem continuar há ocorrer, pois o próprio arcabouço digital exige mudanças constantes.

Os *cibermeios* determinam outros modelos de produção informacional e nos aponta que mudanças já aconteceram desde o advento da tecnologia e não irão cessar, pois cada vez mais a lógica digital se concretiza em nossas ações de comunicação.

Podemos assegurar, por meio dos estudos de Leão (2005), que os mecanismos digitais afetaram as práticas sociais, culturais e cognitivas das sociedades muito mais do que possamos imaginar; em virtude de suas características. Exemplificamos o que a autora destaca com a criação da rede multidimensional de dados com a convergência e multimedialidade.

Em abordagem mais recente, mas dentro do que frisa Leão (2005), Regis e Messias (2012) asseguram que ocorre um rearranjo das habilidades cognitivas em função de uma determinada tecnologia, além da dimensão sociocultural.

E isso é sentido em todas as dimensões comunicacionais das pessoas. Tanto o indivíduo, enquanto receptor, como o jornalista em sua função, se reconfiguraram diante do modelo tecnológico que nitidamente foi o divisor de águas com a chegada da vida moderna. Esse divisor importante nos relata Arnt (2005), surge como uma nova mídia e uma nova linguagem que tem ação e repercussão rápida diante da rede.

Assim, Rodrigues (2008) expõe que das muitas esferas afetadas com o processo digital, o jornalismo é uma delas, passando com isso a trabalhar com dados em tempo real e ocorre todo dentro da rede e de forma potencial.

O webjornalismo se caracteriza pelo modelo participativo e interativo, em que as notícias são produzidas com recursos multimidiáticos. Conforme pensamento de Prado (2011, p. 02):

Nos últimos anos, vemos o jornalismo acelerado e em incessantes reinvenções. Assim, sentimos, mais do que nunca, a necessidade do entendimento dessa inovação e principalmente, da avaliação da produção jornalística com o devido acompanhamento das possibilidades que o ambiente digital oferece e reconfigura, desde o pioneirismo do hipertexto, da consequente linkania, da vocação para a mobilidade até os recursos da multimídia.

Nesta vertente Squirra (2012, p. 114), afirma que:

A tecnologia digital estrutura a base dos variados modelos de produção e difusão de conteúdos informativos, independente destes serem elaborados por jornalistas ou não. Os modelos de difusão e consumo de informação audiovisual e textual presentes nas plataformas digitais, móveis e interativas vem possibilitando que o domínio dos processos alcançassem novos elaboradores, indo além dos jornalistas, uma vez que a cultura da construção e difusão de informação abriu as portas para outros produtores de relatos jornalísticos.

A *Web* foi o marco de uma mudança de paradigma e impulsionou à liberdade de expressão por meio das novas tecnologias transformando os modos de fazer jornalismo, que passou a ser chamado de webjornalismo (BARBEIRO E LIMA 2013). A prática webjornalística abrange todas as nuances do jornalismo feito na rede e hoje é planejada e caracterizada dentro das mídias digitais.

Pensar o jornalismo atual requer ponderações, pois não temos apenas elementos textuais e discursivos para analisar. Refletir sobre o jornalismo atualmente, ou melhor dizendo, o webjornalismo, é ponderar as nuances em que ele é permeado, como por exemplo, a instantaneidade dos intercâmbios mediados, poder de armazenamento e recuperação das informações, potência e possibilidades, escrita e leitura hipertextual, conversação em rede, interatividade das informações, e tantas outras possibilidades que fazem parte da grande reconfiguração ocorrida na história do jornalismo e de seu primordial elemento: a notícia.

1.2.1.1 A notícia webjornalística

Desde a primeira experiência com o acesso computadorizado até as adaptações e tendências do ciberespaço, que as notícias vêm se transformando, proporcionando um desenvolvimento progressivo em relação às formas de produzi-las.

Smith (1980) ponderava que as empresas jornalísticas sentiram as mudanças com a chegada dos serviços telefônicos que melhorava a qualidade das informações proporcionadas ao leitor. Isso foi vislumbrado a partir das necessidades dos consumidores, da expansão da vida industrial e do mercado da comunicação. Posteriormente vieram os procedimentos de impressão e informática, reflexo direto das tecnologias.

Como já mencionado no ponto anterior, rapidamente as processualidades do digital tonaram-se a realidade da sociedade moderna e com isso o jornalismo também se modificou. A dinâmica do webjornalismo deu a notícia características novas e consistentes em razão das potencialidades da rede.

O ambiente midiático digital traz consigo modelos que constroem a narrativa da notícia atual, como: hipertextualidade, multimidialidade, interatividade e outros. Canavilhas (2007) pontua que a linguagem jornalística é profundamente condicionada pelas particularidades do meio e de suas ferramentas produtivas disponíveis. Neste sentido, observa-se a notícia contemporânea imersa no discurso e nos modelos de produção da narrativa da *Web*.

A notícia wejornalística, ou como intitula Jorge (2007) “hipernotícia”, surge e é capaz de agregar diferentes elementos midiáticos em razão das ferramentas que possibilitaram novos suportes. Nesse mosaico de reconfigurações, ressaltamos a importância dos elementos hipertextualidade, multimidialidade e interatividade.

Lévy (1993) já assinalava que o hipertexto dava possibilidades para um acesso não linear das informações. Dessa forma, temos a notícia digital que utiliza texto, sons e imagens

e se dar pelo hipertexto. Uma linguagem própria do meio vem sendo arquitetada ao longo dos últimos anos de construção tecnológica. Ainda sobre o tema, Dalmonte (2009) diz que a hipertextualidade é própria da dinâmica das tecnologias digitais.

No tocante a multimidialidade, a narrativa da notícia webjornalística é feita por meio de uma estrutura plural. Nessa composição, os diferentes sentidos da percepção humana são atingidos pelo formato da apresentação das informações, que contam com: texto, áudio, vídeo, animação, grafismo e outros.

A capacidade multimídia, afirma Ribas (2005), propicia diferentes leituras com experiências visuais, textuais e sonoras. A notícia apresenta ao leitor possibilidades de apreciação, compreensão, análise e interação. Por fim a característica de multimidialidade será considerada como uma característica integrante da hipertextualidade (MIELNICZUK 2003).

A interatividade é característica essencialmente da mídia digital. Dar ao leitor a escolha de quais dados deve ser vistos. Assim, no webjornalismo, a notícia possui essa capacidade de possibilitar o “poder” ao leitor permitindo que ele se sinta parte integrante do processo construtivo da notícia.

Segundo Primo (2008), os níveis de interação chegam a todos os campos com o avanço do fenômeno da cibercultura. Na prática webjornalística, por sua própria natureza, não foi diferente, e proporcionou ao receptor a interatividade nas produções das notícias.

Como forma de adendo ao primeiro tópico deste capítulo que traz abordagem do campo teórico como balizador para se entender a composição das notícias, vale salientar, que as estruturas digitais representaram transformações também para esta esfera e destacamos a Teoria *Newsmaking*, que trata do panorama produtivo das notícias.

Sobre esta vertente, Jorge (2013, p. 237) nos relata que “os novos suportes representam mudanças no trinômio do *newsmaking* (produto/organização/agentes).” Embora as reconfigurações tenham ocorrido neste sentido, à teoria em questão ainda é válida nas redações que também se modificaram, e tudo se engrena a congruência digital.

A teoria baliza a produção nos critérios seletivos da noticiabilidade — e dentro do que pede a natureza dos hipermeios, não é diferente — ou seja, o jornalismo e suas variadas dimensões se adequaram, ao longo da história, as fases que a sociedade se desenvolve, por ser elemento integrante da evolução das esferas sociais.

A apresentação e o formato da notícia mudaram desde que os primeiros jornais iniciaram incursões tecnológicas em suas redações. No entanto, a dinâmica produtiva e o próprio jornalismo analógico são refletidos na prática webjornalística. Não se acredita no

aniquilamento das práticas anteriores, mas sim em transcurso reconfigurativo no qual uma matéria nova é surgida no seio sociocultural e comunicativo das sociedades.

2 CONJUNTURAS DA PRODUÇÃO WEBJORNALÍSTICA INFOGRÁFICA

No primeiro capítulo, abordamos a evolução do campo jornalístico ao longo do tempo e a inserção da conjuntura digital na construção da notícia. Aqui, exploramos a esfera da infografia, abordando seu desenvolvimento e sua utilização na produção jornalística. Apresentamos primeiramente um breve histórico dos estudos da infografia como forma de melhor compreender o atual contexto da utilização dos infográficos na comunicação dos indivíduos e, principalmente, de seu emprego no jornalismo.

Destacamos nos próximos tópicos como o campo infográfico vem se desenvolvendo junto ao âmbito da composição jornalística na *Web*, considerando sua potencialização com o processo das mídias digitais.

2.1 CONTEXTO DO CAMPO INFOGRÁFICO

Diferentemente do que se pensa, a infografia não nasceu com a era digital, pois desde os remotos tempos das cavernas ela está diretamente ligada à cultura visual do homem, evidenciadas pelas suas pinturas rupestres. Embora, evidentemente, a infografia tenha ganhado mais destaque e modos de utilização a partir do desenvolvimento digital.

Autores como Leturia (1988) afirmam que os infográficos – ou gráficos informativos – se caracterizam por possuírem uma estreita relação entre imagem e texto. E que a sua utilização facilita a compreensão de algo, ou de uma informação complexa.

A palavra infografia vem do inglês *informational graphics*, que consiste em utilizar ferramentas visuais como desenhos, tabelas, mapas, ilustrações, que concordem com texto, tendo como objetivo transmitir ao receptor, informações de fácil compreensão. A sua função primordial é de informar por meio de desenho composto de elementos gráficos e textuais. (DE PABLOS 1999).

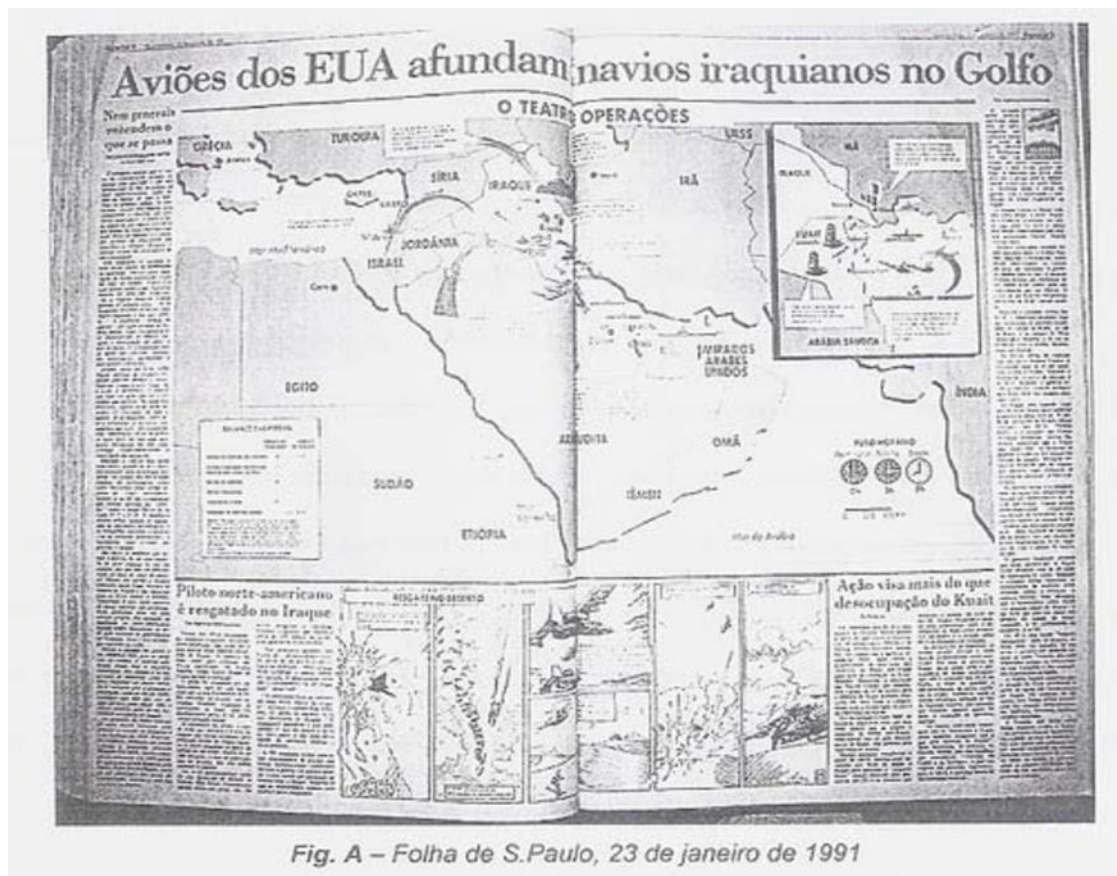
Ainda de acordo com De Pablos (1999), a origem do termo não está essencialmente vinculada à computação como muitos pensam, apesar dos infográficos terem se desenvolvido na década de 1980.

Embora o objetivo deste capítulo seja abordar a esfera da infografia junto aos desdobramentos dos estudos do webjornalismo, vemos como importante uma breve e resumida contextualização histórica do tema como forma de situarmos o desenvolvimento infográfico ao longo da comunicação humana e jornalística.

Armentia (1999) afirma a existência da ideia de que a infografia é um gênero recente de estudo e pesquisa, resultante do desenvolvimento dos computadores e dos programas gráficos, quando na verdade a linguagem infográfica se relaciona com a comunicação visual, ou codificação dos elementos visuais.

A ligação feita do campo como processo e o avanço das tecnologias, ressalta o autor, se dar por razão do crescente uso dos infográficos pelos jornais americanos e europeus. Isso ocorreu na cobertura jornalística das ações militares da Guerra do Golfo Pérsico em 1991, em que os jornais captavam imagens no fronte de batalha (Figura 1).

Figura 1 — Infografia impressa da Guerra do Golfo publicada na Folha de S. Paulo.



Fonte: Rodrigues (2009)

Podemos identificar como se dava a composição infográfica da época e que ganhou vasta utilização pelos jornais. Na parte superior do lado direito podemos ver um quadro que destaca uma das frentes de batalha. Esse destaque era usado sempre que se desejava chamar atenção dos leitores para alguma informação considerada importante.

Segundo Kanno (2008), a evolução da infografia teve início quando surgiram os primeiros mapas e diagramas, embora seja datada do tempo das cavernas a relação dos

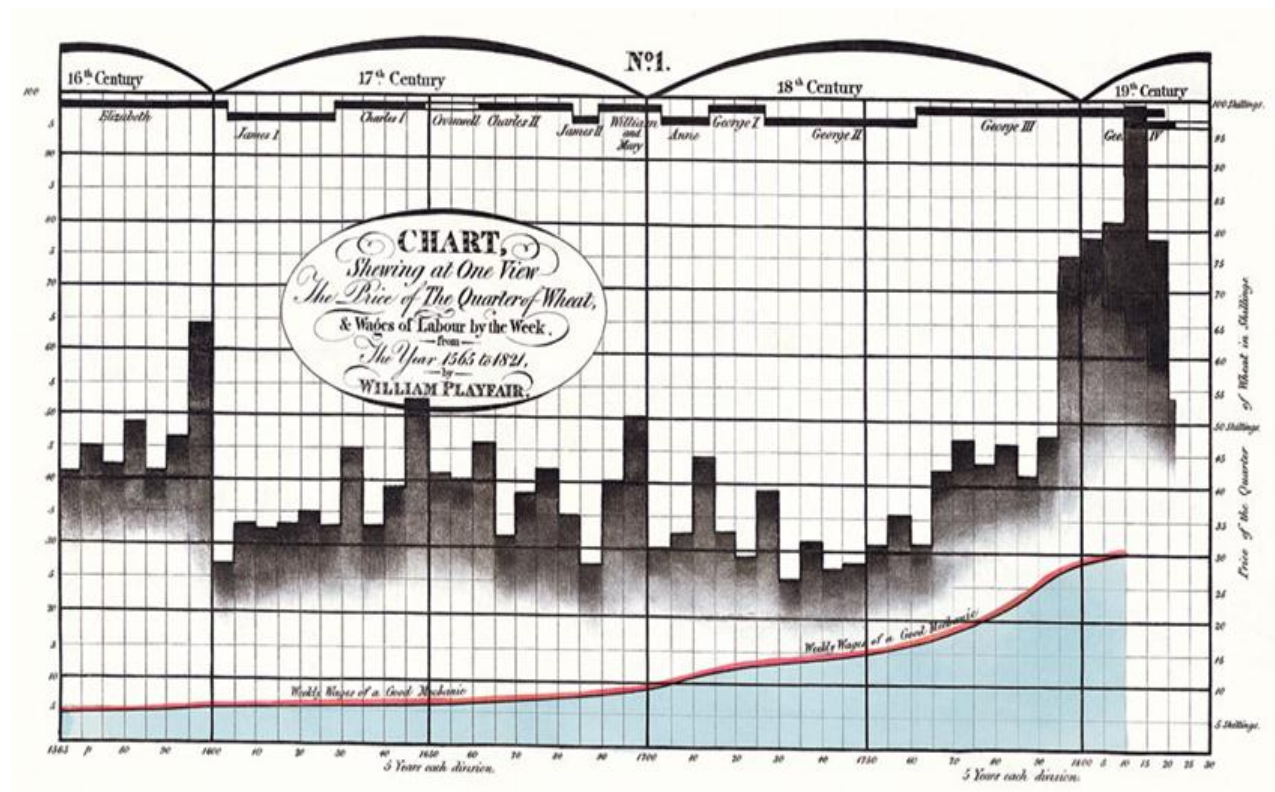
infográficos com a comunicação. Os estudos da esfera infográfica ligam-se diretamente com as primeiras comunicações humanas, sendo a imagem ponto central deste desencadeamento histórico.

Ainda que a infografia esteja ligada aos recursos usados com a criação dos primeiros mapas, Moraes (2013, p. 24) pondera que “existe um consenso entre pesquisadores acerca da impossibilidade de se precisar quando ocorreram as primeiras manifestações do que viria a ser chamado Infografia”. Para o autor, ainda que não haja uma precisão, pode-se afirmar que os primeiros moldes se deram através dos mapas, da representação cartográfica, de dados estáticos e dos diagramas.

Nessa ordem, as representações gráficas fazem parte do desenvolvimento histórico do campo infográfico e no jornalismo foram bastante utilizadas. Um dos principais responsáveis de representar gráficos com dados estáticos foi o economista William Playfair.

Segundo Moraes (2013), os gráficos e diagramas de Playfair são utilizados até hoje nas produções do jornalismo impresso, como também estão na base do que posteriormente veio ser intitulada visualização de dados (Figura 2).

Figura 2 — Informação gráfica estática sobre a economia da Inglaterra.

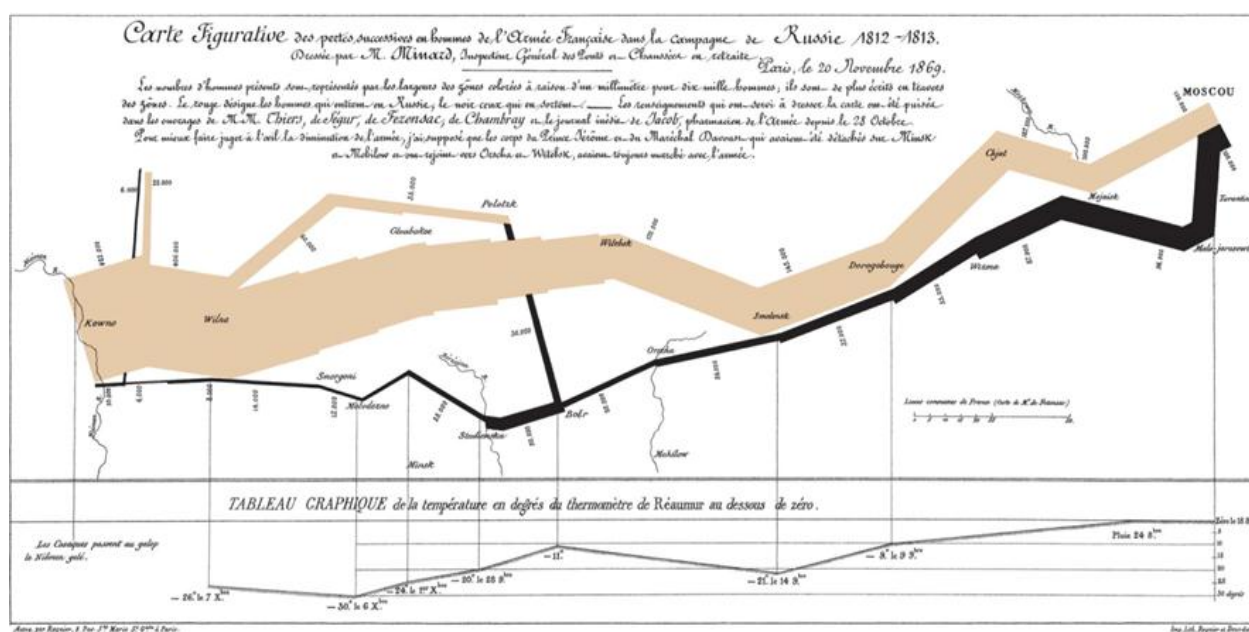


Fonte: Moraes (2013)

O gráfico traz informações sobre o preço do trigo e sua crescente elevação desde o século XVI até o século XIX na Inglaterra que passa por crises econômicas, principalmente no setor de alimentos.

Charles Joseph Minardi também é outro nome de relevância nos estudos da infografia. Minardi, de acordo com Moraes (2013), desenvolveu o diagrama sobre o desempenho do exército de Napoleão na campanha da Rússia, considerado pelos pesquisadores da área o clássico da infografia (Figura 3).

Figura 3 — Peça gráfica sobre o desempenho do exército de Napoleão



Fonte: Moraes (2013)

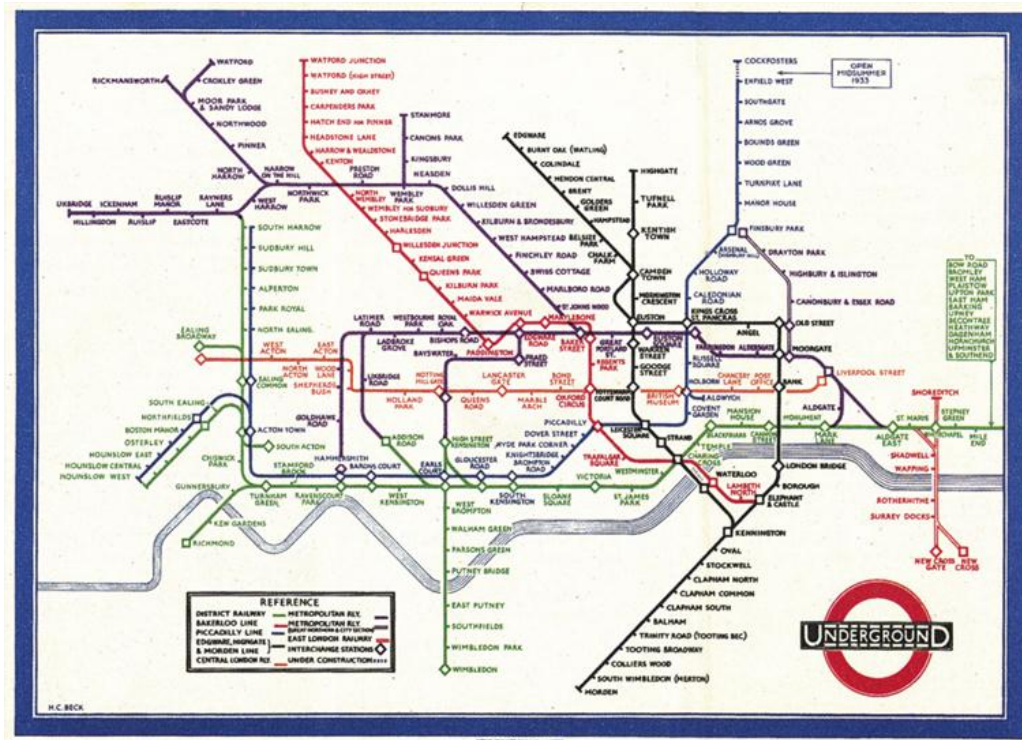
Temos o espaço geográfico das tropas, deslocamento, tamanho do exército e a temperatura durante o embate. Informações que foram preponderantes na época em que o gráfico foi produzido.

Neste contexto os mapas, diagramas tipográficos e todos os elementos que compõem sistemas de informações que são demasiadamente complexos de serem comunicados, tornam-se simplificados devido à potencialidade informativa que a infografia possibilita ao desenvolvimento das estruturas comunicativas e socioculturais.

A era da Revolução Industrial com a mecanização dos transportes, a expansão da burguesia, o acesso à alfabetização e o desenvolvimento tecnológico do século XX refletiram diretamente nos modos de organização das informações. As pessoas desejam simplificação e entendimento do que era informando pela a imprensa. Nesta época, os infográficos estáticos eram diariamente publicados nos jornais.

Um marco desta fase foi à publicação do diagrama de linhas do metrô de Londres, feito por Henry C. Beck, em 1933, que tinha como objetivo apresentar o sistema de funcionamento do metrô de maneira compreensível aos seus usuários (MORAES, 2013).

Figura 4 — Diagrama do metrô de Londres



Fonte: Moraes (2013)

A ideia era atingir a todos e facilitar a vida das pessoas que diariamente utilizavam o metrô. O infográfico trazia orientações de funcionamento de seus vagões, entradas e saídas, enfim, todo o sistema de funcionamento. Esse fato já representava a vida movimentada entre as cidades a partir da Revolução.

Com o início do movimento urbano, no qual as pessoas desejavam está cada vez mais informadas, os moldes dos infográficos jornalísticos foram surgindo constantemente.

Dessa forma, o estilo de vida urbana já cobrava um sistema de comunicação facilitada em que as pessoas pudessem ser informadas de maneira prática. As informações deviam contar sempre com imagens e textos correlacionados.

Antes mesmo dos estudos de Moraes (2013), Peltzer (1991) já apontava que o desenvolvimento de diversos equipamentos auxiliou no aperfeiçoamento da infografia, e o avanço tecnológico foi preponderante para os formatos dos infográficos atuais. Observamos neste sentido ser importante traçar o paralelo histórico que a infografia fez junto ao campo do jornalismo.

A linguagem infográfica sempre esteve presente no âmbito informacional dos indivíduos e até hoje acompanha o desenvolvimento rápido dos formatos digitais de comunicação. Ao longo da história e de seus períodos – imagético, oral, da escrita e do tecnológico – a informação em infografia evolui vertiginosamente no último período, pois as tecnologias proporcionaram a ampla utilização dos infográficos de diversas maneiras e com vários recursos, principalmente o de interatividade.

Por fim, a evolução das sociedades, das mídias e dos formatos de comunicação, em que a informação tornou-se um dos seus maiores bens, os infográficos são elementos de crescimento e de desenvoltura da narrativa, em especial do jornalismo.

Mais adiante contextualizaremos a importância do campo no jornalismo e como as notícias são cada vez mais produzidas com recursos infográficos interativos.

2.2 INFOGRAFIA NO JORNALISMO

Foi a partir dos anos de 1980 que o uso de gráficos informativos, ou infográficos tornou-se frequente nos jornais. A combinação entre linguagem verbal e não verbal nas produções jornalísticas deu a infografia sustentação e reconhecimento como sistema pertencente ao aprimoramento do discurso jornalístico ao longo do tempo.

A introdução da infografia na esfera do jornalismo ocorreu por meio de jornais europeus e americanos no século XVII, com o intuito de simplificar, ou de tornar compreensíveis as informações que não seriam facilmente explicáveis por meio somente do texto (ALONSO, 1998).

Segundo Ribas (2004), diversos autores como De Pablos (1999) e Sojo (2000), consideram a infografia um gênero jornalístico enquanto outros divergem do pensamento considerando a infografia como uma técnica, uma disciplina, uma ferramenta informativa ou uma unidade espacial como COLLE, (1998) e CLAPERS, (1998).

Ainda que ocorra discordância entre os estudiosos, os infográficos podem ser classificados ou mesmo enquadrados como gênero jornalístico, ou ainda como elementos pertencentes ao discurso da construção do jornalismo. Observamos que cresceu substancialmente as reflexões sobre a infografia no âmbito.

Corroboramos com os primeiros pensadores, em especial com Alonso (1998) quando afirma que um bom infográfico deve ter todos os elementos de uma notícia e seguir a lógica produtiva do jornalismo.

É nesta vertente que se embasa este trabalho, com o intuito de compreender a infografia não apenas como arte, ou puro grafismo, mas como composição jornalística que atualmente vem ganhando espaço nas produções das notícias em ambiente digital.

Alberto Cairo (2011 p. 30) define a infografia no âmbito do jornalismo e a considera como gênero jornalístico:

[...] contar histórias por meio de gráficos estatísticos, mapas, esquemas e ilustrações. [...] Infografia é linguagem, acima de tudo, jornalística. Por consequência, um infográfico deve ser pautado, pesquisado, criado e avaliado com o mesmo rigor e seriedade dos textos. Como eu gosto de dizer, infografia não é simples ‘arte’. Infografia é jornalismo visual. [...] A Infografia é um gênero jornalístico e não um elemento secundário (e de nível inferior) da matéria escrita.

Já Marcondes (2009, p. 186) assinala a infografia como termo usado para identificar uma modalidade discursiva ou subgênero do jornalismo informativo:

[...] a presença indissociável de imagem e texto em uma construção narrativa permite a compreensão de um fenômeno específico como um acontecimento jornalístico ou o funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito e em uma narrativa textual convencional.

A utilização infográfica no jornalismo se deu primeiramente com o impresso. Muitos mapas ilustrativos eram publicados pelos jornais, e questionamentos surgiram em torno de precisar quando apareceu à primeira infografia no cenário do jornalismo.

Sancho (2001) aponta que o primeiro mapa ou gráfico publicado em um jornal com a combinação de imagem gráfica e informação jornalística foi feita pelo Jornal de Londres, *Daily Post*, em 1740 (Figura 5).

Já outros estudiosos afirmam que o primeiro jornal a publicar um mapa, ou informação infográfica na imprensa, foi o europeu *Daily Courant*. O mapa é de 1702 e mostra a baía de Cádiz, na Espanha, local onde as tropas inglesas tentaram ocupar (CAIRO, 2008).

O que se pode observar é que mapas com invasões de territórios e informações que traziam contexto de ataque de guerra, predominavam nas publicações infográficas da época. Os jornais produziam em grande escala de notícias deste cunho e os infográficos estavam sempre presentes nas primeiras capas dos jornais, como forma de chamar atenção do leitor.

Já existia uma complexa composição entre texto e imagem que com o passar do tempo se aprimorou cada vez mais, devido o avanço dos processos tecnológicos.

Figura 5 — Considerado o primeiro mapa publicado na imprensa

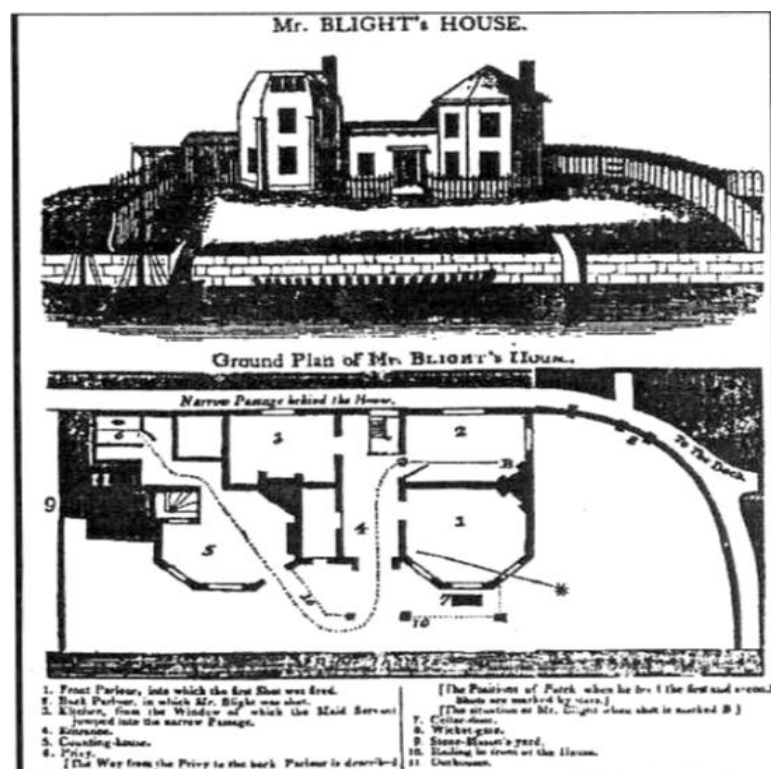


Fonte: Sancho (2001)

A publicação era um mapa referente ao ataque do almirante inglês Vernón a cidade de Portobelo, no Caribe.

Autores como De Pablos (1999) e Sancho (2001) afirmam que a primeira infografia propriamente jornalística só surgiu em 07 de abril de 1806, no Jornal *The Times* (Figura 6).

Figura 6 – Reprodução da primeira infografia publicada no *The Times*



Fonte: Sancho (2001)

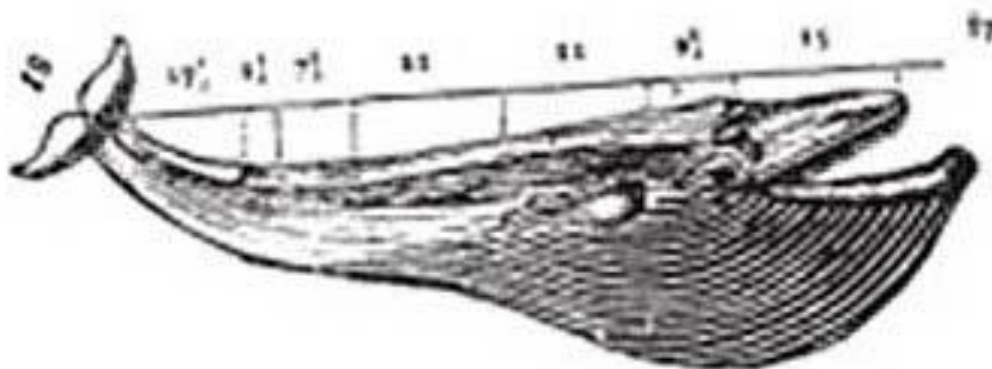
A publicação infográfica intitulada de *The Blight's House*, contava a reconstituição do assassinato do empresário *Mr. Blight*, que ocorreu em sua residência às margens do Rio Tâmisa. O infográfico detalha todos os passos do assassino, por onde entrou na casa, onde se escondeu e atirou contra a vítima.

Os jornais europeus são os “pais” da utilização da infografia nas produções jornalísticas. O movimento chega às redações e rapidamente os infográficos ganham espaço e preferência dos jornalistas, quando o assunto é explicar um acontecimento de grande proporção e complexidade, e que somente através do texto dificultaria o entendimento do leitor sobre a informação que se quer passar.

Ribeiro (2008) aponta que foi rápido para a chegada dos infográficos também às redações portuguesas e depois atingirem os jornais brasileiros. Isso aconteceu posterior ao crescente uso dos infográficos pela a imprensa europeia e americana.

A primeira infografia publicada em jornal português foi do periódico *Gazzeta de Lisboa Ocidental*, em 1723 e tratava do encalhamento de uma baleia no Rio Tejo (Figura 7). Essa infografia inclusive tornou-se ícone do livro publicado pela autora como também é referenciada como um dos infográficos que marcam a história da infografia e do surgimento das primeiras produções infográficas no contexto do jornalismo impresso.

Figura 7 — Primeira infografia publicada em Jornal Português



Fonte: Ribeiro (2008)

Aborda como ocorreu o encalhamento da baleia, seu tamanho e outras informações sobre o caso que teve bastante repercussão na época do corrido já que não era um acontecimento típico.

Os objetivos e a composição infográfica, tanto portuguesa, como brasileira, eram os mesmos que os jornais europeus e americanos seguiam. Os periódicos buscavam chamar atenção do receptor, e para tal, utilizavam os infográficos constantemente, simplificando desse modo a informação, a fim de ganhar o gosto do leitor, que se tornara cada vez mais exigente e prático na sua leitura.

Dentro desse movimento de uma sociedade industrializada e de vida urbana, o jornalismo se reinventou; e por meio da linguagem infográfica e de outras roupagens, vivenciou reconfigurações na forma de produzir e distribuir notícia.

Com a infografia, como atesta Teixeira (2010), o contexto jornalístico ganhou mais um componente de gênero informativo. A estudiosa defende que o formato infográfico deve ser visto e estudado como pertencente ao gênero informativo do jornalismo, pois é composto dentro do que defende e propõe a teoria produtiva da notícia. Para a autora, o infográfico jornalístico necessita conter os elementos da narrativa produtiva das notícias, com indicação das fontes, título, informações gerais e o *lead*.

Os estudos de alguns pesquisadores como Rodrigues (2009) e Cirne (2010), nos permeiam para entender melhor o que são os infográficos como elemento de informação jornalística.

No Quadro 1, apresenta-se as fases de geração de infográficos defendidas por Rodrigues (2009, p. 35).

Quadro 1 — Fases da geração infográfica

Primeira Fase	Tem por característica os infográficos lineares, de sequência estática, os primeiros modelos práticos no jornalismo e executados em plataforma impressa e que podem ser também encontrados na internet.
Segunda Fase	Envolvida no suporte da internet, baseia-se na multimidialidade dos elementos constitutivos dos infográficos. A forma de leitura também se altera em relação aos infográficos estáticos, com variações multilíneas, lineares ou não lineares.
Terceira Fase	Introdução de base de dados na formatação dos infográficos na plataforma web.

Fonte: Rodrigues (2009)

Observamos que os infográficos se reconfiguram de acordo com a plataforma de uso e dentro do espaço digital vêm se reinventando a cada novo dispositivo lançado que potencialize a informação. O campo do webjornalismo é uma das constatações dessa realidade, em que a produção da notícia é transformada em razão das variadas possibilidades que o meio do ciberespaço oferece ao jornalista e aos receptores.

No Quadro 2, temos a classificação dos tipos de infográficos apresentada por Cirne (2010) reforçando o que aponta Rodrigues e as transformações da composição infográfica no jornalismo.

Quadro 2 — Classificação dos tipos de infográficos

Não interativo	Tem recursos de fusão de texto e imagem e sem animação. Podem ser encontrados em suporte analógicos e suporte digital. Exemplo: jornais, revistas, tutoriais e etc.
Multimídia	Fusão de texto e imagem, com movimentos e áudio. Efeitos de animação. Exemplo: televisão convencional e digital, celulares e web.
Interativo	Fusão de texto e imagem em movimento, áudio, efeitos de animação e por fim pode ser induzida pelo receptor. Voltados apenas para suportes digitais.

Fonte: Cirne (2010).

Segundo os estudos de Moraes (2013), a infografia é modificadora desde o cenário jornalístico impresso até os desdobramentos das mídias atuais. Para ele, já nos anos 1980 os infográficos já representavam uma antecipação do que veria acontecer nos anos subsequentes com a chegada da tecnologia, pois a produção infográfica dos jornais já traziam as notícias de forma multimodal.

O desenvolvimento dos infográficos no campo do jornalismo modificou as formas de se fazer e de pensar notícia, em especial, as que estavam relacionadas com assuntos de complexidade, como acidentes aéreos, pautas políticas, econômicas e tantos outros temas que possuam um grande volume informativo; e sendo mais simples de informar e quantificar por meio de uma produção que vá além somente da composição textual.

O jornalismo brasileiro também seguiu a predominância do uso da infografia nas redações e investiu no formato principalmente de reportagens com assuntos ligados a economia, esporte e tragédias. Produções estruturadas sempre em formatos que seguiam os jornais, em especial, americanos.

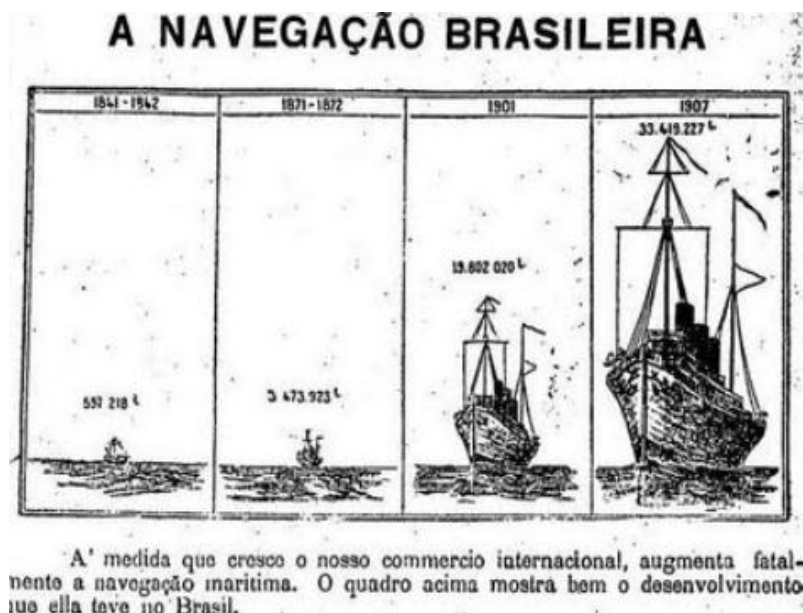
2.2.1 O campo infográfico no jornalismo brasileiro

Na esfera do jornalismo brasileiro, a infografia estar presente desde a década de 1970, mas foi somente nos anos de 1980 em diante que os jornais investiram e utilizaram mais fortemente os infográficos, com departamentos de arte e profissionais especializados.

O Brasil seguiu a linha de produção infográfica disseminada pelos jornais europeus e americanos e tiveram, possivelmente, os mesmos objetivos: descrever espaços geográficos ou poder de territórios. Caixeta (2005) diz que o formato infográfico nos jornais brasileiros, como em todo o mundo, ocorreu depois da transformação do jornal *USA Today*, que revolucionou o campo quando deixou de produzir artesanalmente e passou para a produção industrial feita por *softwares* gráficos.

Teixeira (2009, p. 08) nos traz a seguinte informação em relação às primeiras manifestações da utilização de recursos infográficos no jornalismo brasileiro “[...] recentemente localizou-se o que seria uma das primeiras manifestações do uso de recursos gráficos precursores da infografia, no jornal o Estado de S. Paulo, publicada em 18 de agosto de 1909”. (Figura 8).

Figura 8 — Infográficos do Jornal O Estado de S. Paulo





Fonte: Rodrigues (2009)

O infográfico trazia texto e imagem do crescente desenvolvimento do comércio internacional, acontecimento que afetou a navegação marítima.

Schmitt (2006) acrescenta que, embora haja todo um avanço tecnológico, a produção infográfica sempre foi tímida no âmbito do jornalismo brasileiro se comparado, principalmente com a norte-americana que está entre os principais países que produzem e investem no campo infográfico, tanto em estudos e pesquisas, como dentro das redações.

De acordo com Moraes (2013), a primeira grande cobertura ilustrada na Imprensa Brasileira foi um conflito internacional. A Guerra do Paraguai teve destaque e cobertura ilustrada através de desenhos e fotografias que davam conta do que tinha ocorrido (figura 9). Considerada na verdade uma planta tipográfica, Moreal e Barros (2003), antes mesmo dos estudos de Moraes (2013) apontaram que o periódico brasileiro *Vida Fluminense* foi quem ilustrou a planta tornando-a parte dos primórdios da infografia na imprensa brasileira.

Este jornal, como ressalta os autores, não foi o responsável pelo o processo infográfico no jornalismo do Brasil, mas predominava em suas publicações os desenhos, mapas, plantas e representações de informações gráficas, atribuindo-lhe o que corresponde à primeira cobertura ilustrada de um conflito internacional.

Foi nesse eixo de publicação que o jornal retratou a planta topográfica, na qual trazia o posicionamento das tropas paraguaias, suas edificações e do deslocamento das tropas brasileiras. Angelo Agostini, considerado por pesquisadores da área como um dos precursores da infografia no Brasil, era colaborador do jornal e trouxe para a imprensa brasileira, os desenhos, caricaturas e as primeiras versões do que se pode chamar de infográficos.

Figura 9 — Planta topográfica do rio Humaitá localizando as embarcações da frota brasileira



Fonte: Moraes (2013)

No final do século XIX e início do XX a infografia ganhou fôlego no jornalismo brasileiro e os mapas ganharam destaque como elemento gráfico. As reconstituições de crimes, guerra, acidentes e cobertura de eventos esportivos, foram os mais utilizados pelos jornais. Segundo Moraes (2013, p. 45)

Com a cobertura da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), os mapas ganharam relevo como parte do repertório gráfico dos jornais brasileiros. Fora da política, as conquistas do futebol brasileiro na segunda metade do século e a mitologia que se estabeleceu em seu entorno impulsionaram projetos editoriais específicos e estimularam os veículos existentes a desenvolverem suplementos ou a implantarem recursos que tornassem a cobertura das partidas mais atraente.

Um exemplo do novo formato de produção gráfica na conjuntura do jornalismo brasileiro é a planta do Circuito da Gávea (Figura 10) publicado pelo *Globo Matutino* em 1937.

Figura 10 — Planta do Circuito da Gávea



Fonte: Moraes (2013)

A planta traz elementos utilizados na composição infográfica desenvolvida posteriormente pelos jornais.

Os mapas, gráficos numéricos, plantas e as reconstituições de crimes foram os recursos gráficos informativos mais utilizados, formando o acervo infográfico do jornalismo no Brasil na década de 1980. Época de ouro da infografia na imprensa nacional, em que vários jornais do país investiram fortemente no campo infográfico, fazendo reformulações em suas redações.

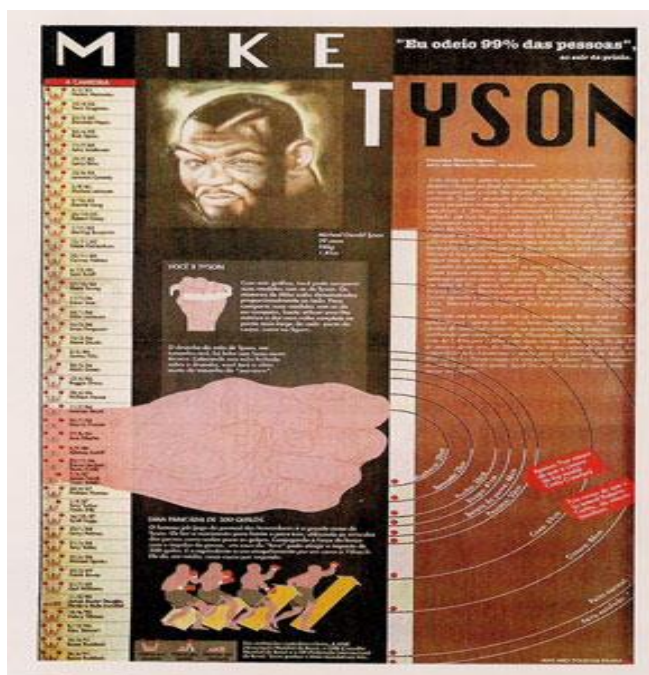
Um dos jornais que ganhou destaque ao discutir a implantação de normas e padrões gráficos de produção infográfica, foi a Folha de São Paulo, quando implantou o chamado *Projeto Folha*. Serão abordadas as transformações e importância do Jornal Folha de São Paulo no terceiro capítulo da dissertação.

Outros jornais como *O Estado de São Paulo*, o *Jornal do Brasil* e *O Globo* também são periódicos, de importância quando referimo-nos as transformações que as redações passaram, especialmente com a chegada da tecnologia, que proporcionou um melhor aprimoramento dos recursos infográficos nas produções jornalísticas.

O jornal *O Dia*, também teve desataque no cenário da infografia brasileira. A época que marca as produções do jornal é da década de 1990 em que o periódico investiu nas produções jornalísticas infográficas e criou o departamento de infografia (MORAES 2013).

O jornal conquistou muitos prêmios na área, inclusive premiações internacionais como o Malofiej⁵ de 1996, o primeiro atribuído a uma produção brasileira. No infográfico os leitores podiam comparar suas medidas corporais as do lutador Mike Tyson (Figura 11), que foram representadas em tamanho natural na infografia.

Figura 11 — Infografia retratando as medidas de Mike Tyson



Fonte: Moraes (2013)

As revistas brasileiras também se desenvolveram no campo e, assim como os jornais, investiram em produções infográficas. Entre as de grande contribuição e de destaque na área, está a *Superinteressante*. A revista pretendia deixar suas matérias mais atraentes para os leitores e encontrou na infografia um caminho.

⁵Prêmio Malofiej de Infografia considerado a maior competição infográfica do mundo e a mais importante conferida a produções infográficas para os jornais que se destacam no campo.

A *Superinteressante* foi modelo para muitas revistas brasileiras quando o assunto era produções infográficas e foi à revista que mais angariou prêmios Malofiej. Inclusive, em 2002 ganhou a medalha de prata de melhor infografia jornalística do mundo, embora a primeira revista brasileira a ganhar um Malofiej tenha sido a *Veja* em 1997. (MORAES 2013).

A *Super* cresce na esfera dos infográficos, e a cada edição lançada apresenta ao seu público produções feitas especialmente nas áreas de abordagem de reportagens que tratem de temas envoltos ao campo da ciência, saúde e tecnologia.

É uma das revistas brasileiras que concorre fortemente a prêmios no campo em razão dos investimentos em produções cada vez mais elaboradas ao contexto *infojornalístico*.

A infografia no jornalismo brasileiro teve impulso maior na década de 1990 e, desde então vem ganhando notoriedade mundial com produções cada vez mais atraentes e compostas de narrativa jornalística, considerando elementos de apuração, de fontes, de dados e de construção estruturada no que prega o jornalismo.

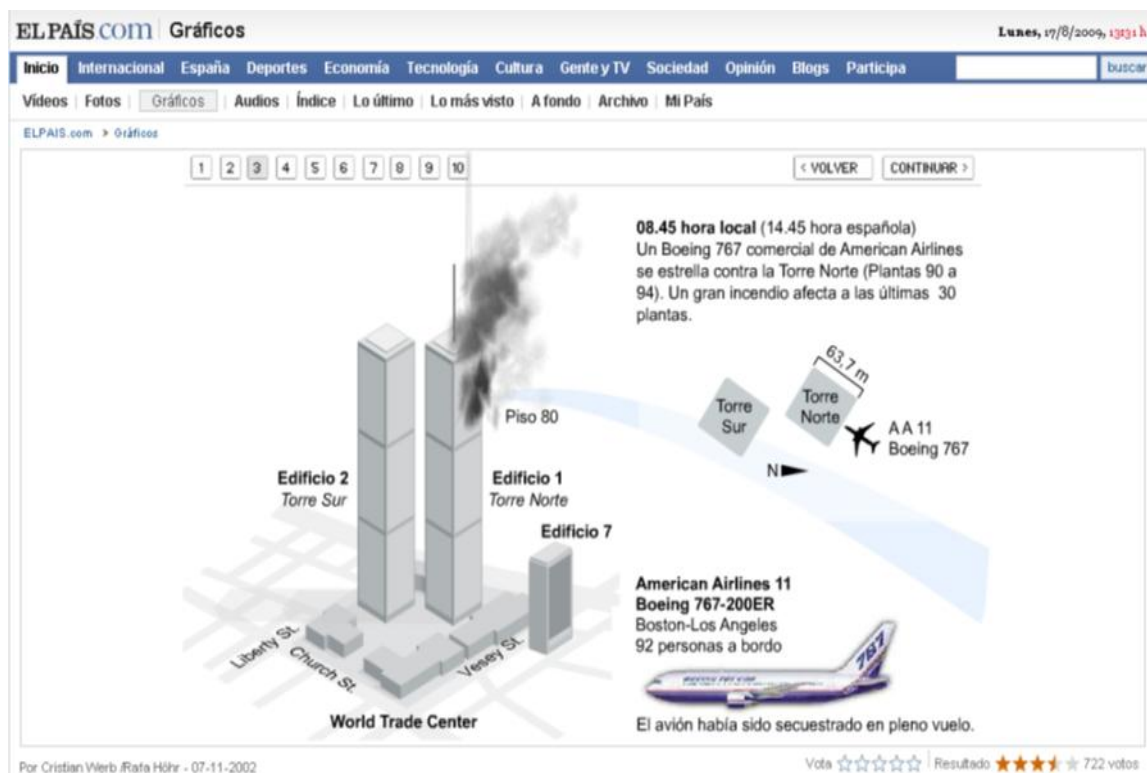
2.3 CONJUNTURAS DA INFOGRAFIA NA ESFERA DIGITAL E NO WEBJORNALISMO

O Ciberespaço veio dar dimensões diferenciadas à comunicação, possibilitando informação em variados formatos e dinâmicas. É na realidade da *Web* que iniciamos uma nova forma de produzir, distribuir, armazenar e recuperar dados referentes aos conteúdos, ampliando e intensificando a interação. Manovich (2001) pontua que enquanto espaço modular, temos através do digital, modelos diferenciados de narrativa.

É neste panorama de modificações das estruturas informacionais e de suas narrativas que a infografia vivenciou sua potencialização de uso por parte das produções jornalísticas, e é tida por alguns estudiosos como BORRAS e CARITÁ, (2000), SOJO (2002), PARRAT (2001) e SALAVERRÍA (2005) um gênero informativo, devido às especificidades adquiridas com a chegada do suporte *Web* que possibilita a multimidialidade (áudio, vídeos, fotos, mapas e elementos interativos).

A década de 1990 foi o marco do surgimento da infografia no campo digital, na *Web*. A cobertura infográfica da Guerra do Golfo Pérsico pela imprensa e posteriormente a cobertura sobre os atentados do 11 de Setembro pelos principais jornais do mundo como: *El País*, *El Mundo*, *Folha Online* e *The New York Times*, foi o início da potencialização da infografia digital (Figura 12).

Figura 12 — Infográfico do Jornal *El País* sobre os atentados do 11 de Setembro



Fonte: Rodrigues (2009)

Produção do jornal *El País* ilustrando como se deu o ataque e qual edifício foi primeiro atingido.

Várias denominações, como multimídia, digital e interativa são utilizadas por autores quando se retrata de infografia no espaço da *Web*. Pesquisadores como Cairo (2004, 2008), Salaverri (2005) tratam-na como infografia digital ou interativa, Sancho (2001), Ribas, (2005), Rodrigues (2009), infografia multimídia. Nomenclaturas diferentes, mas que estão voltadas para o mesmo objeto.

Rodrigues (2009), como já ressaltado no ponto anterior deste capítulo, apresenta uma hierarquização dos infográficos afirmando que eles podem ser analisados por fase, estágio de desenvolvimento e caracterização. Aqui, esmiuçamos o que diz a pesquisadora referente a cada ponto.

As fases são divididas em três, assim como os estágios de desenvolvimento e os de caracterização. No que compreende a 1ª fase, os infográficos são denominados lineares e estão no estágio de desenvolvimento caracterizado como: Primórdios da Infografia. Apresentam forma estática sequencial, operando na logística do impresso. A apresentação do infográfico e a leitura são totalmente lineares.

Na 2ª fase os infográficos são considerados Multimídias. O estágio é da multimidialidade, com caracterização e uso de imagens em movimento, ilustração, vídeos e outros recursos interativos. Uso do aplicativo *Flash* admitindo a criação de imagens em movimento. A leitura passa a ser multilinear.

A 3ª fase é compreendida com o estágio de Infográficos em Base de Dados. Eles são caracterizados e constituídos na *Web* com a introdução das bases de dados nas suas produções. Este tipo de infográfico permite grau elevado de interatividade e explora aplicativos da *Web 2.0* como o *Google Maps*, *Mashups*, *Flickr* e *Google Earth*, dando dinamismo quanto à visualização da informação ou dos dados.

Rodrigues (2009) coloca de maneira objetiva como o desenvolvimento tecnológico, da informática e do ciberespaço reconfigurou fortemente a esfera infográfica, dando aos formatos de produção a dinamização multimídia que permite em um só infográfico, variados recursos como texto, áudio, vídeo, tipologias e especialmente interatividade. Os infográficos interativos permitem uma leitura dinâmica e caracteriza a infografia webjornalística.

Teixeira (2009, p. 2) converge neste sentido ao afirma que a era digital é um período de valorização da informação jornalística infográfica.

Desde meados dos anos 2000, com o crescimento dos estudos sobre jornalismo digital, os infográficos vivem – ao menos na Academia e apesar de ainda poucos autores se debruçarem sobre este objeto – um período de valorização, sendo muitas vezes apontado como um dos melhores formatos para se construir a chamada narrativa multimídia no ciberespaço.

A expansão do ambiente digital possibilitou aos infográficos uma linguagem visual dinâmica, com dados, representações gráficas e animações, tornando a informação mais substancial, como defende Mello (2010, p. 41).

A evolução das tecnologias da informação e o domínio crescente, por parte da sociedade, das tecnologias “multimídias”, possibilitam a produção de material informacional de forma ágil, dinâmica, em grande quantidade e com infinitas possibilidades de combinações e novos significados, tornando a leitura mais rica, diversa e mais próxima do receptor.

Nesse cenário, a infografia interativa desponta na prática produtiva do webjornalismo. Os jornais encadeiam-se por meio de uma linguagem própria para a *Web* e os infográficos são considerados reflexo direto deste processo. Já utilizada no jornalismo impresso, agora eles aparecem com outra roupagem e mais paramentada de possibilidades com capacidade de

armazenamento, fácil manuseio, hibridização informativa e visualização de vários bancos de dados.

Nesta dissertação utilizamos a nomenclatura infografia interativa por ser mais precisa e embasada na conjuntura das reflexões acadêmicas atuais, em que as mídias digitais e interativas estão em constante discussão.

No que diz respeito às terminologias da infografia, tanto no jornalismo impresso como no webjornalismo, Rodrigues (2009) traz um resumo das definições defendidas por parte de alguns autores da área, que consideramos importante destacar (Quadro 3).

São pesquisadores que ao longo do desenvolvimento dos infográficos apresentam suas denominações de estudos realizados no campo. Alguns divergem em termos e até posicionamentos, mas pode-se perceber um consenso em torno do que representa a esfera do desenvolvimento da linguagem infográfica, principalmente no jornalismo, ao longo dos séculos.

A infografia, que vale salientar, caminha atrelada ao surgimento das primeiras tentativas de comunicação imagética do homem e atravessou os diversos períodos de desenvolvimento comunicacional e posterior do campo do jornalismo.

No Quadro 3 temos a hierarquização de Rodrigues (2009, p. 34) das definições por autores de acordo com ano do estudo.

Quadro 3 — Definições de infografia

Gonzalo Peltzer (1991)	Afirma que os infográficos são “Expressões gráficas, mais ou menos complexas de informações, cujo conteúdo são fatos/acontecimentos, a explicação de como algo funciona” (p. 134).
José Manuel De Pablos (1991)	Diz ser uma “Apresentação do binômio imagem + texto (bI + t) em qualquer que seja o suporte onde se apresente esta união” (p. 19).
Julio Alonso (1998)	Pontua como “Informação gráfica manipulada, produzida e executada mediante o uso de computadores para a elaboração de mapas, dados estatísticos e outras informações que possam ser representadas visualmente” (n/p).

Ary Moraes (1998)	Recurso de apresentação de informações característico de atual modelo de edição jornalística, e pode ser entendida como um esforço de apresentar, de maneira clara, informações complexas o bastante para serem transmitidas apenas por texto.
Jordi Clapers (1998)	Infografia é uma representação visual e sequencial de uma notícia, informação, fato, acontecimento ou tema jornalístico (n/p).
Borras e Caritá, (2000)	“Técnica como conjunto de procedimentos informáticos que permitem a realização de uma infografia ou um produto gráfico” (n/p).
Valero Sancho (2001)	“Contribuição informativa realizada com elementos icônicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos, ações ou coisas da atualidade ou alguns aspectos mais significativos que acompanha ou substitui o texto informativo" (p. 201).
Alberto Cairo (2004)	Impressa ou on line, consiste em transmitir informação de atualidade o de background em um meio de comunicação utilizando ferramentas visuais.
Tattiana Teixeira (2007)	“A infografia é [...] um recurso que alia imagem e texto de modo complementar para passar alguma(s) informação(ões)” (p.2)

Fonte: Rodrigues (2009)

Os autores nos dão norteamento sobre os estudos da infografia e sua expansão, principalmente no que se refere ao âmbito digital e webjornalístico, no qual o uso dos infográficos amplia a perspectiva produtiva do jornalismo praticado na Web e pode ser vista como a reconfiguração das próprias especificidades do meio.

A infografia interativa, deste modo, faz parte do desdobramento webjornalístico ou, pode-se dizer do discurso jornalístico atual, no qual as notícias, os jornalistas e o receptor não têm mais o mesmo perfil e função no jornalismo de via única. Entender essa nova configuração do fazer jornalísticos não nos leva um entendimento e preciso dos fenômenos transformativos do jornalismo contemporâneo, mas faz-nos levantar questões a respeito de como a produção da notícia pode ser pensada atualmente.

2.3.1 Notícias infográficas

A produção webjornalística evoluiu ao longo do desenvolvimento da mídia digital. As notícias passaram a incorporar uma discussão notória na academia sobre seu formato produtivo. Como as notícias são planejadas, produzidas e distribuídas diante das peculiaridades do ambiente digital? Esse questionamento, e outros mais, que são feitos por pesquisadores do campo demonstrando o processo reconfigurativo por que passa a prática jornalística com a consolidação do ciberespaço. Segundo Lima (2015), a realidade da mídia digital proporciona e disponibiliza a notícia recursos multimídias, bancos de dados e formato de hipertexto.

Neste âmbito, as questões maiores que permeiam a produção jornalística na *Web*, nascem da incerteza e da falta de consenso, tornando difícil identificar se estamos diante de novos gêneros, de notícias diferenciadas, de maneiras produtivas adversas ou se aplicamos as formas tradicionais ao novo meio. Nessa esfera, Lima e Bezerra (2014), apontam que a notícia mostra-se com roupagem diferenciada e incorpora novas características, e a infografia interativa utilizada na prática produtiva do webjornalismo é uma das constatações desta roupagem.

Antes mesmo de chegar ao ponto central das notícias infográficas ou *infontícias* – terminologia que atribuímos às notícias produzidas com recursos infográficos –, abordados já na introdução, destacamos os estudos e discussões sobre os gêneros jornalísticos no âmbito digital e da infografia interativa, ou multimídia como atesta Rodrigues (2011, p. 3). A pesquisadora esclarece como os infográficos podem ser considerados pertencentes a um gênero do jornalismo.

Se as infografias atendem aos elementos constitutivos de uma reportagem, que está inserida como gênero informativo, então a infografia pode ser considerada um gênero jornalístico. Se um infográfico muitas vezes é publicado de uma forma completa em si e autônoma, ou seja, sem apenas complementar um texto, logo se têm uma unidade informativa, que dá conta da notícia/informação por si só, assim como as reportagens textuais.

Rodrigues (2011, p. 8) assinala ainda que a infografia interativa é um gênero visual e também informativo, emergente do jornalismo digital. Os gêneros acompanharam a evolução do jornalismo juntamente com os dispositivos tecnológicos e com as possibilidades infográficas.

O crescente desenvolvimento tecnológico e a exploração da computação gráfica - incluindo tipologias, cores e imagens -, modernizou a forma de apresentação das notícias na mídia impressa e digital para um contexto visual. A infografia, principalmente a multimídia, remete, dentro deste âmbito, a uma reflexão sobre a capacidade de poder ser vista cada vez mais como uma linguagem informativa jornalística independente, um gênero, e não somente como uma ferramenta auxiliar para a transmissão de notícias, considerando que ela ocupa lugar de destaque dentro das produções jornalísticas, num processo de discussões de pauta até o layout final da página impressa ou digital.

Autoras como Borrás e Caritá (2000), Seixas (2004) e Teixeira (2007) também destacam a infografia como gênero informativo da prática webjornalística e atestam que os infográficos, assim como o texto jornalístico, apresentam elementos que responde às perguntas clássicas: Como? O que? Quem? Quando? Onde?

Verificamos que com a utilização dos infográficos para noticiar desde o jornalismo impresso que a prática produtiva do jornalismo passou de textos longos e complexos, sem técnica de escrita jornalística e mais próxima da linguagem literária, configurando o conhecido nariz de cera que obedecia a uma composição de texto introdutório longo, prolixo, sem objetividade, para um texto baseado no *lead*, caracterizando um jornalismo de potencialização informativa, feito em espaço pequeno e com hibridização midiática.

A infografia, neste sentido, reflete essa reconfiguração produtiva de um jornalismo rebuscado, para o webjornalismo, no qual as notícias são fomentadas através de texto, imagem, animação, grafismo e interatividade.

Discutimos, então, as *infontícias*, que como frisado na introdução é a terminologia que atribuímos as notícias feitas com recursos infográficos interativos e que estão enquadradas no que tangem os processos produtivos do jornalismo. *Info* vem de infográfico e notícia do formato construtivo de produto jornalístico.

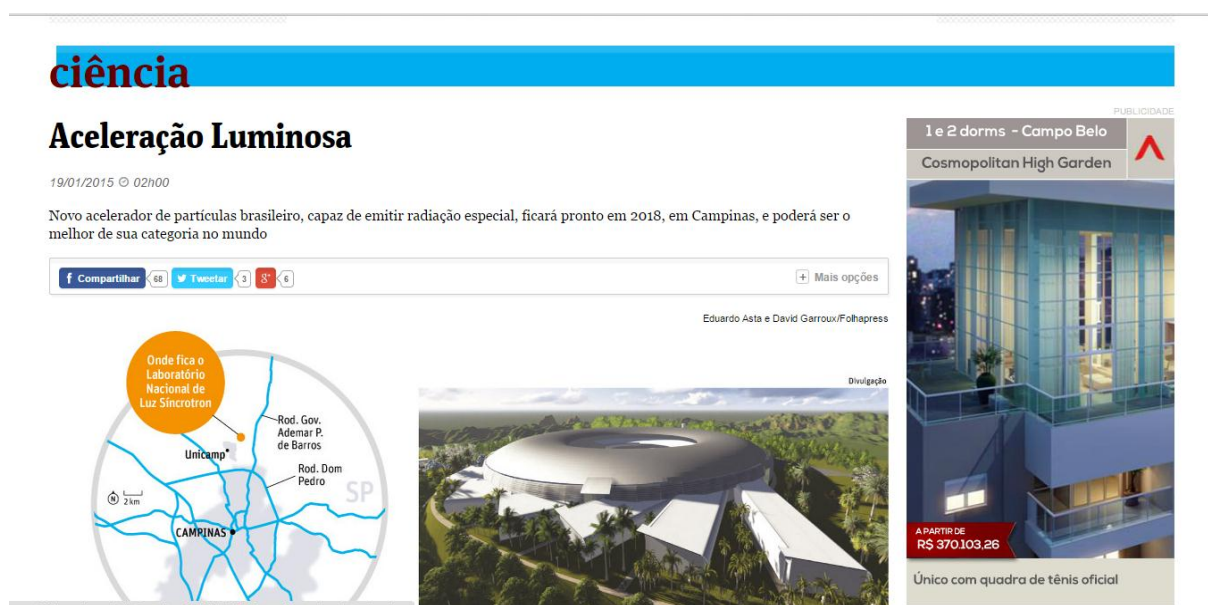
São os infográficos que podem ser considerados a própria notícia, com construção coerente no que preconiza a produção jornalística e a linguagem infográfica. É a notícia propriamente estruturada ao formato webjornalístico/infográfico.

O ponto central das *infontícias* está diretamente situado à coesão entre visual e textual. O contorno de cor, o movimento das imagens, o som, os pontos de *links*, os vídeos informativos e tudo que possa dinamizar a leitura quantificada das informações, fazem parte dessa coesão.

Os infográficos, notoriamente, estão oferecendo esta estrutura aos leitores, aliada à estruturação jornalística das notícias, na qual as fontes, o *lead*, os créditos e toda a hierarquia produtiva são contemplados.

Essa estruturação é produzida na lógica do formato multimídia, que conta além do texto com recursos de imagem, animação, grafismo e outros (Figura 13).

Figura 13 — Infográfico interativo sobre aceleração luminosa



Fonte: Folha de S. Paulo (2015)

Essa é uma *infontícia*, que traz dados sobre um novo acelerador de partículas, capaz de emitir radiação especial, acelerando a iluminação. O projeto é realizado na cidade de Campinas (SP).

Assim, ratifica-se o que afirma Jorge (2013, p. 240):

Nesta etapa que estamos vivendo, é preciso tomar consciência das transformações e buscar as raízes de toda mudança. Desde que os primeiros jornais começaram a fazer incursões no meio digital, oferecendo serviços de fax, depois de videotexto e, em seguida, abrindo páginas na internet, apresentação da notícia mudou de maneira acentuada na questão visual, nas facilidades tecnológicas – ambientes mais *amigáveis* –, na diversificação de conteúdos, mas não mudou o coração da informação. A notícia conserva o propósito de informar.

As notícias produzidas infograficamente estão dentro do que podemos chamar de escrituras múltiplas, que se configuram em rede e na rede telemática. Se essa realidade descaracterizou a essência da notícia devido às novas lexias e *infotextualidade*, não

enxergarmos assim, pois a transportação para o meio digital desenvolveu essa e outras diversas modificações.

Acreditamos ser necessária uma reflexão e análise do que está ocorrendo no âmbito das reconfigurações jornalísticas, para acompanhar as mutações do sistema comunicacional perante o sistema midiático atual.

2.3.2 Infografia interativa em base de dados: ferramenta webjornalística

O uso de base de dados como ferramenta webjornalística não surgiu recentemente, e desde a década de 1960 é empregada como solução para organizar o volume de dados das redações por meio de arquivos, mas diante do surgimento e criação de *softwares* e dos avanços da tecnologia, as bases de dados ganham outra roupagem de armazenamento, recuperação, compartilhamento e cruzamento.

Utilizados na conjuntura do webjornalismo, os bancos de dados são tidos como ferramenta quantificadora de informação, pelos jornalistas.

A notícia neste contexto de informação quantificada ganha mais possibilidades de emissão de uma grande gama informativa, antes dificultada pela falta de ferramentas ágeis; com capacidade de armazenamento; fácil manuseio e visualização de vários bancos de dados. Segundo Moherdau (2002, p. 96)

Os recursos multimídia disponíveis em computadores conduzem a um novo planejamento da redação jornalística. O desafio é organizar e apresentar de forma atraente o conteúdo. As mídias que carregam megadados de informações têm de construir caminhos eficientes para facilitar o acesso dos leitores aos bancos de dados. Na realidade, o texto na web não é alterado. O que muda é a relação com seu entorno – a notícia na Internet pode ser mais bem contextualizada.

A elaboração dos infográficos interativos com base em dados, também facilitou as produções de infografias webjornalísticas em razão de possibilitar o cruzamento de dados com maior praticidade e interatividade. De acordo com Rodrigues (2010, p. 2).

O mais importante a observar é a inserção das bases de dados como fomentadoras da especificidade dessas infografias mais dinâmicas, sofisticadas e interativas e que vão projetar o que denominamos de info-visualizações com seu alto grau de complexidade e interatividade.

É na esfera da inserção de dados como frisa Rodrigues (2010) que as produções no espaço digital estão se transformando, bem como surgindo ferramentas que possibilitem o uso e o manuseio de dados, tornando a dinâmica informacional mais visual e compreensiva para o leitor.

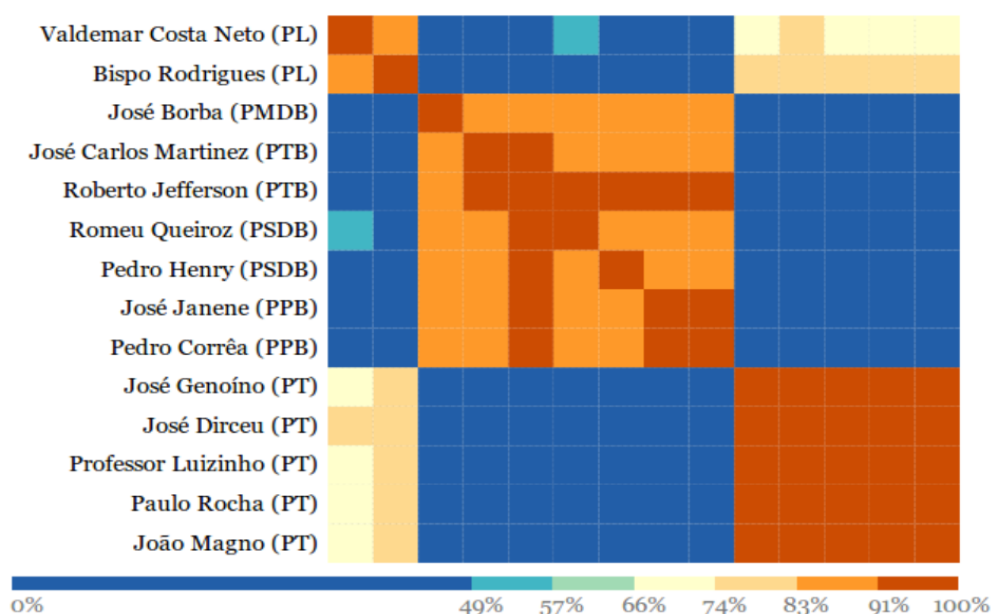
Sobre os dados, Dubakov (2012) esclarece que estes se dividem em três tipos básicos: os que podem ser contados, os encomendados ou apenas diferenciados. O autor complementa ainda que a codificação visual é um dos princípios básicos em uma representação significativa das informações, antecedendo até mesmo a compreensão do leitor.

Logo, a infografia em base de dados se apropria deste tipo de informação para a elaboração de infográficos, transformando dados em visualizações, a partir da manipulação por meio de *softwares* ou aplicações da *Web*.

De acordo com Pedroza, Lima e Nicolau (2013), os dados podem ser compreendidos por informação quantificada, que no campo do webjornalismo e da infografia interativa, aperfeiçoam as informações, garantindo maior eficácia de interpretação e entendimento.

Neste contexto de cruzamento de dados e visualização, Baptista et al. (2014), aprestam um trabalho voltado para o grande volume de dados que foram transformados em informação simplificada, tornando-se deste modo de fácil compreensão. Os dados são do histórico escândalo político, no Brasil, o Mensalão (Figura 14).

Figura 14 — Matriz da coesão dos deputados acusados de participar do Mensalão



Fonte: Baptista et al (2014)

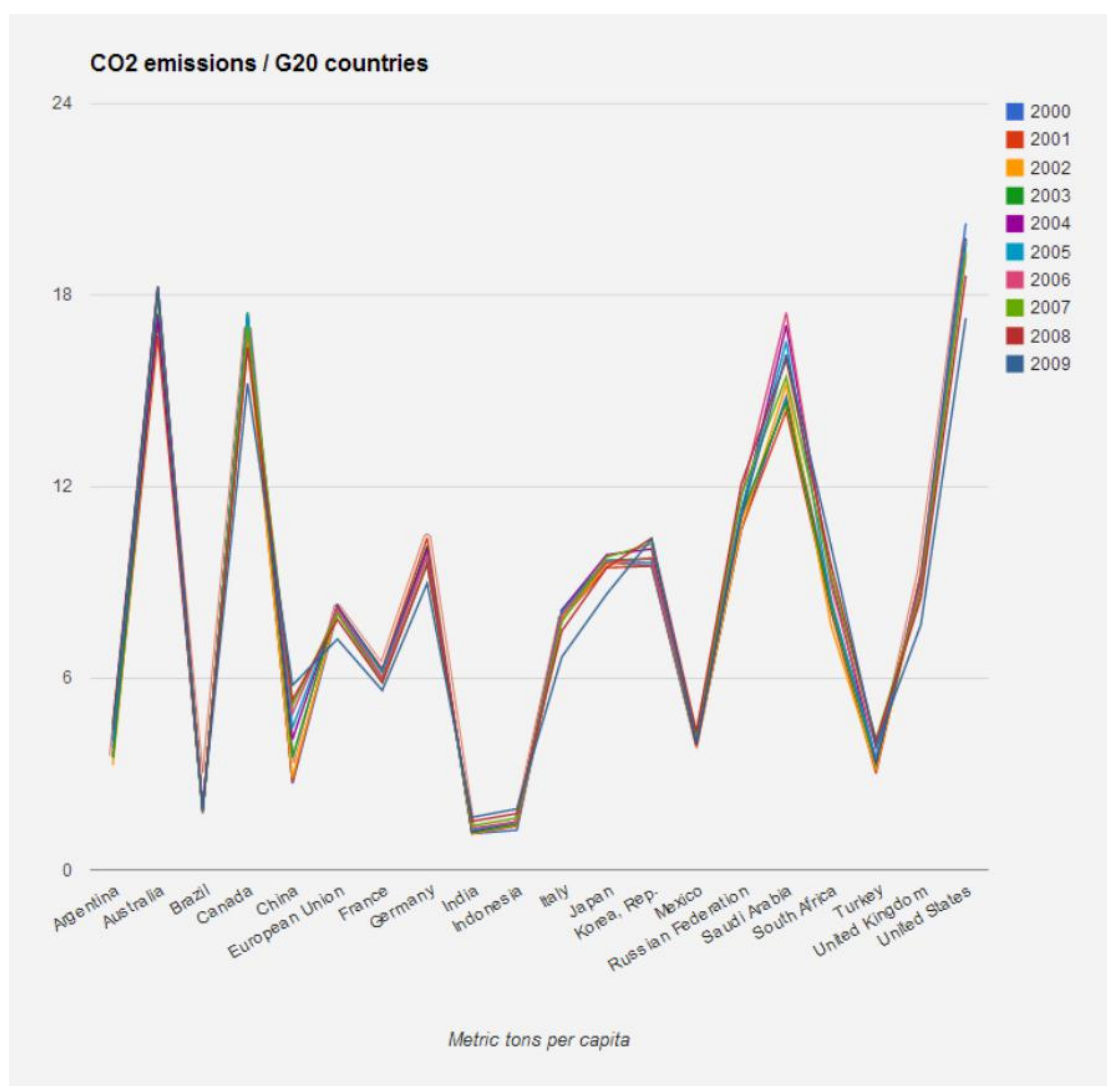
O receptor consegue cruzar dados, visualizar e obter informações quantificadas do caso e dos políticos envolvidos, juntamente com seus partidos.

Intitulada matriz de coesão dos deputados acusados de participar do mensalão, podemos encontrar no infográfico vários caminhos de acesso informativo de acordo com o que desejar saber sobre determinado político, sua transição pelos partidos, como se deu seu envolvimento no caso e outras informações que podem ser acessadas de forma interativa e dinâmica.

O infográfico trabalha com dinamismo de cores que facilita a leitura do receptor quando realiza o cruzamento dos dados por meio da matriz principal.

Um exemplo de como o uso da base de dados pode potencializar uma informação é observado na figura 15.

Figura 15 — Variação de emissão de CO2 por habitantes dos países do G20



Fonte: Pedroza, Lima e Nicolau (2013).

Os dados são apresentados de forma quantificada sobre o tema da emissão do gás CO₂ por habitantes em cada país que compõem o grupo G20.

A ferramenta digital empregada para simplificar os dados foi a *Google Fusion Tables*⁶, que tornou o volume de informações compreensíveis e dinâmicas. Possivelmente, sem a utilização de uma ferramenta digital como a usada pelos autores, não se teria uma quantidade de informações como estas disponíveis em única produção.

As possibilidades permitidas por esta ferramenta e outras que existem a disposição do jornalista, dão ao campo produtivo capacidade de quantificar informações de maneira simples e permitir ao leitor ter acesso a um acervo informativo com interatividade.

As informações disponibilizadas pelo o infográfico seriam complexas demais se caso fossem distribuídas em formato impresso, assim podemos constatar a dinâmica de leitura permitida por meio da infografia interativa.

A interatividade neste contexto de realidade digital é ressaltada por Primo (2008) como reflexo da própria processualidade interacional do meio. Ao abordamos infografias interativas, estamos dialogando com o que o estudioso chama de relação entre os participantes de uma ação interativa que ocorre, seja entre sujeitos, humanos e computador e entre duas máquinas ou mais. No caso dos infográficos analisados, isso ocorre entre o leitor e o aplicativo infográfico.

A correlação de dados, por meio do uso da infografia interativa e webjornalística, se mostram como um recurso importante para uma melhor interpretação de determinadas informações, como dados estatísticos, por exemplo. Logo, o jornalista é capaz de coletar um conjunto de dados, transformá-los em um material visual de melhor compreensão e com isso, tornar as notícias mais dinâmicas, acessíveis e atraentes.

Esse é o processo-chave que faz despertar o interesse do receptor pelo o que é veiculado, bem como o seu grau de entrosamento e participação no processo de construção informacional.

Pontua-se que tanto para o emissor, como para o receptor, a visualização da informação, por meio de representações gráficas, e principalmente com a possibilidade de interatividade é um processo que torna a informação de fácil entendimento e posterior interpretação. Assim, o crescente volume informacional disposto no meio digital, voltando

⁶ O Google Fusion Tables (GFT) é uma aplicação web de infografia em base de dados. Pode ser acessado como um aplicativo normal, visitando o site e fazendo login com uma conta do Google.

para a utilização de dados, requer uma expansão cada vez maior em relação ao uso da linguagem jornalística e infográfica.

2.3.3 O jornalista no âmbito da produção infográfica

O perfil do jornalista diante de tantas reconfigurações ocorridas com a esfera digital, também sofreu modificações. Na atual realidade das mídias digitais vivenciada pelo jornalista, só é possível chegar às configurações produtivas caso este se adapte, se reinvente e se enquadre neste novo modelo vigente, pois esse disponibiliza variadas ferramentas e dispositivos como peças auxiliares e, muitas vezes, são necessários ao contexto da notícia contemporânea.

Para Silva (2010, p. 45) embora o jornalista da Era da Internet, tenha se transformando diante do novo meio, sua característica profissional não difere da essência do bom jornalista de antes.

Ética, curiosidade e saber ouvir versões distintas de um mesmo fato continuam dando a tônica da profissão. Mas, o novo jornalista deve ter na cabeça uma coisa, não basta só escrever, fotografar, pesquisar, entrevistar, diagramar ou filmar. Ele precisa dominar todas estas técnicas juntas, porque o seu leitor na internet domina e vai cobrar.

A implantação da infografia interativa, neste universo tornou-se uma das ferramentas que o jornalista precisa dominar. Realidade nas redações, a infografia era antes produzida e pensada pelo designer gráfico do jornal, com a imposição de um profissional mais versátil e que saiba manusear e fazer de tudo um pouco.

Os jornalistas tiveram que acompanhar esse ritmo gráfico e atualmente realizam um trabalho direto nos infográficos, tais como: opinar, desenhar a sua ideia principal da informação e até mesmo produzir o próprio infográfico, tarefa antes designada apenas a um profissional da área de designer.

Cairo (2012) define o papel do designer em infografia como sendo o profissional responsável por contar histórias, explicar conteúdos e também intermediar o público da informação complexa, devendo seguir determinados padrões de qualidade para a produção.

Ele salienta que tais funções são pertencentes também ao jornalista contemporâneo que, além de buscar a notícia, é capaz de criar suas próprias visualizações com base na utilização das ferramentas digitais e de bancos de dados disponibilizados dentre os elementos, servindo como aportes para a produção infográfica que o profissional pretende.

Cairo (2012) defende ainda que o trabalho de elaboração infográfica, embora ocorra entre vários profissionais de diferentes áreas, deve ter como resultado um bom material informativo pautado em coerência e obedecendo aos critérios jornalísticos de produção.

Autores como Mora (2012) explicam que durante anos a relação entre jornalistas e designers nunca foi das melhores, mesmo após o surgimento da infografia. No entanto, com o aumento das exigências da produção webjornalística, bem como a do público leitor, os jornalistas debruçaram-se com mais afinco na realização da produção da notícia infográfica.

Cordeiro (2013) também corrobora com Mora (2012) e diz que o jornalista deve buscar cada vez mais estar em sintonia com toda a equipe de produção no que tange a planejar e executar uma notícia infográfica.

Além de buscar pela notícia, pelas fontes e por produzir informações, o jornalista precisa planejar, entender e executar as tarefas multimídia. Não basta disponibilizar a informação, deve-se, sobretudo, avaliar e discutir a construção informativa, principalmente a infográfica.

O jornalista/infografista encontra um desafio que vai além da produção textual. Na realidade da dinâmica da esfera digital, este profissional, assim como os meios, deve ser versátil no que diz respeito ao uso dos recursos digitais disponibilizados.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Neste capítulo apresentamos como se desenvolveu o procedimento metodológico da dissertação; os parâmetros utilizados para realizar a análise e as bases analíticas empregadas como norte para se compreender e refletir o campo da infografia webjornalística.

3.1 A 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. O enfoque inicial foi voltado para o noticiário no qual as notícias eram produzidas sempre em textos curtos, sobre a vida da população de São Paulo, principalmente sobre assuntos voltados para os trabalhadores urbanos.

Segundo Casadei e Venancio (2012), a *Folha* passou por três marcantes fases. A primeira se deu com a fundação da *Folha da Noite*, a segunda com a criação da *Folha da Manhã* e a terceira com a concepção da *Folha da tarde*. Para se estabelecer no que é atualmente, o jornal travou batalhas sociais na tentativa de se tornar referência para os paulistanos e, conseqüentemente para os brasileiros.

Quatro anos mais tarde, após a fundação de sua primeira versão, que ocorreu em 1921, nasce a *Folha da Manhã* (1925). Nesta fase, o jornal passa por reformas inovadoras na redação com manual próprio e com política editorial. O periódico defendia os interesses da população da classe média paulistana e campanhas cívicas.

As campanhas cívicas, iniciadas na orientação editorial da *Folha da Manhã*, se estenderam para a *Folha da Tarde* quando fundada em 1949. Várias campanhas como: “defesa de mananciais”, “obras urbanas”, “combate ao crime organizado e corrupção” foram patrocinadas, de acordo com Brandão e Kanno (1998), pelo jornal.

Em 1960, o aumento do preço do papel do jornal e demais custo para manter-se, foi um dos motivos que fizeram os três jornais se fundirem em um só, intitulado de *Folha de São Paulo*. A primeira fase enfrentada pelo novo matutino não foi fácil, em razão da vitória de uma greve dos jornalistas, que paralisou a imprensa de São Paulo. Os profissionais buscavam melhores salários.

Os custos da *Folha* não eram pequenos e a empresa não conseguiu crescer mesmo fundindo os três jornais, sendo vendida em 1962 para Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho.

A era da modernização da Folha de São Paulo teve início a partir da reestruturação feita por Frias e Caldeira. A vertente editorial era centrada no pluralismo e liderança, na qual o periódico apoiou a derrubada do então presidente João Goulart (BRANDÃO E KANNO 1998).

As vendas aumentaram consideravelmente e vários investimentos tecnológicos foram feitos para que o Matutino pudesse se manter no topo de circulação dos principais jornais e revistas do Brasil, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), entidade nacional e oficial responsável pela auditoria de circulação dos jornais e revistas do país.

O pioneirismo em investimentos tecnológicos se deu quando o projeto de estruturação moderna, idealizada por Frias e Caldeira, se iniciou com a compra de equipamentos vindos dos Estados Unidos. O primeiro passo foi deixar a impressão de composição gráfica a chumbo para a impressão *offset* em cores, sendo o primeiro jornal latino-americano a investir na técnica. Além do crescimento tecnológico, a Folha se desenvolveu no campo jornalístico e passou a trabalhar com diversificação de notícias, com noticiário, econômico, esportivo, educacional e de serviços.

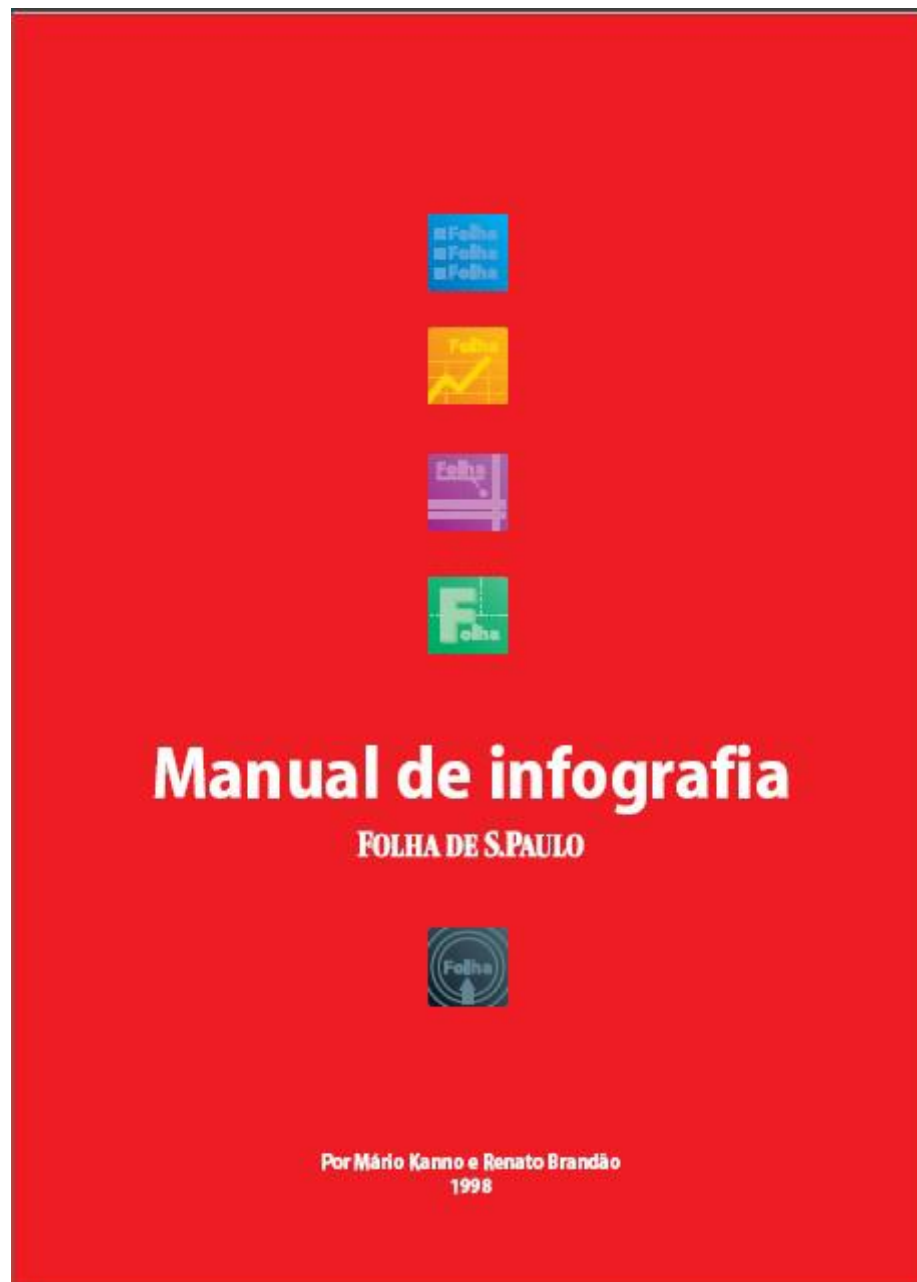
Ainda no âmbito de modernização, o jornal foi o primeiro a utilizar o sistema eletrônico de fotocomposição e em 1983, teve a primeira redação informatizada da América do Sul. Foi também o primeiro no Brasil a ter um banco de imagens digital e a comercializar seu serviço noticioso 24 horas por dia.

A década de 1990 foi para o jornal um marco, pois houve saltos qualitativos na sua produção jornalística. Neste período ocorre o início, mesmo que em caráter experimental, a disponibilização do jornal no ambiente online, sendo o seu acesso livre. Outro grande ponto positivo foi à implantação do Projeto Folha, definida como a prática do jornalismo apartidário, crítico e pluralista.

O Manual de Redação foi lançado dentro deste contexto e é utilizado como manual de estilo do texto jornalístico até os dias de hoje. Em 1997 foi o ano da fusão do Grupo Folha na internet com o Brasil Online (Grupo Abril). Neste período é constituída uma nova empresa, o *Universo Online S.A.* como também a primeira associação que envolve dois dos mais importantes grupos de comunicação do país.

A produção da infografia tornou-se crescente, após os investimentos na área webjornalística. A Folha, neste campo, é um dos jornais brasileiros de referência. Já em 1998, Mario Kanno e Renato Brandão tinham produzido o Manual de Infografia da Folha de S. Paulo (Figura 16).

Figura 16 — Capa do Manual de Infografia da Folha de S. Paulo



Fonte: Teixeira (2009)

O manual traz orientações de como produzir infográficos, em especial aqueles voltados para a produção jornalística.

Stürmer, Pasqual e Teixeira (2012) apontam que a infografia na Folha se iniciou com produções em editorias específicas como: Ciência e Suplemento Mulher. Com a repercussão positiva e aceitação dos leitores com o novo formato as produções infográficas foram, aos poucos, ganhando espaço em outras editorias do jornal.

De acordo com Kanno (2013), o início da produção gráfica da Folha surgiu devido à necessidade de criar padrões, bem como de inovar na forma de noticiar por meio dos gráficos e posteriormente dos infográficos.

Moraes (2013) afirma que a Folha de São Paulo foi o jornal brasileiro que mais se destacou no processo de reformulação gráfica e infográfica como elemento jornalístico. Para o autor, a Folha conquistou e acompanhou as transformações crescentes do campo do infografismo e a utilizou da melhor maneira possível como desenvolvimento das tendências digitais para noticiar.

Hoje, a Folha destaca-se na produção de infográficos interativos e disponibiliza uma seção específica para notícias infográficas de interesse geral, mas principalmente para temas como: política, cotidiano, economia, saúde, ciência, história e cidade.

A infografia interativa é marca do jornal e nos proporciona um campo vasto de análise webjornalística infográfica. A figura 17 é referente à página de abertura da seção de infografia do Site da Folha.

Figura 17 — Espaço no site da Folha de S. Paulo dedicado a infografia



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

Nesta primeira página de acesso, o receptor se depara com uma chamada no lado superior direito para conferir as principais produções infográficas do jornal.

Trazemos na figura 18 uma notícia infográfica produzida pela Folha que trata da tragédia ocorrida com um avião que viajava da Holanda à Malásia e foi abatido por um suposto míssil.

Figura 18 — Infográfico da queda do avião que viajava da Holanda à Malásia



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

Ao observar a primeira página de acesso do infográfico é possível entender a trajetória do voo, a queda e toda a tragédia envolvida com suposto abatimento.

Apresentamos a primeira página da seção de infográficos do jornal e em seguida trazemos a figura de uma notícia infográfica para ilustrar como são disponibilizadas as infografias no site da Folha, dando noção primária do que teremos como material analítico.

São infográficos interativos de cunho jornalístico e que foram elaborados dentro da linguagem interativa, possibilitando ao receptor uma forma de leitura dinâmica, na qual ocorre uma mescla das informações por meio de animações, elementos interativos, grafismo, vídeo e texto, como apresentado na figura 18.

O que se pode observar é que a Folha de S. Paulo notoriamente investe em produções webjornalísticas infográficas e disponibilizando ao receptor a notícia caracterizada e inserida a nova realidade, tanto produtiva, como de consumo informacional, uma vez que o modelo digital é a prerrogativa contemporânea.

Escolhemos realizar a análise através da Folha de São Paulo em razão desta contextualização e dos investimentos na área webjornalística e infográfica interativa, bem como pela a referência jornalística que o jornal tem para os leitores, não só da região de São Paulo, mas de todo o país.

3.2 PARÂMETROS NORTEADORES DE ANÁLISE

Como ressaltado na introdução, os procedimentos metodológicos aqui utilizados partem de observações, acompanhamento de publicações científicas, do desenvolvimento da infografia no jornalismo e, especialmente, no webjornalismo.

Foram feitas observações em sites noticiosos, como o da Folha de São Paulo, O Estadão e O Globo. Todos esses jornais contam com produção infográfica. Ao observarmos cada um, notamos que a Folha de São Paulo é o que conta com uma vasta quantidade de produções deste cunho, que foi um dos pontos levados em consideração para escolhermos analisar os infográficos da Folha.

Outro fator que preponderou a escolha — como frisado na introdução — foi o espaço temporal e acesso mais ilimitado da seção dedicada aos infográficos. Em outros sites conseguimos ter acesso apenas a uma pequena quantidade de produção infográfica e do ano corrente. Não é permitido o acesso aos anos anteriores. Já a folha permite acesso do ano de 2010 ao ano de 2015.

Os infográficos disponibilizados no site pertencem a uma seção dedicada somente as informações infográficas. Realizamos a análise a partir de infográficos produzidos no período do ano de 2010 ao ano de 2015, devido o jornal disponibilizar este espaço temporal. Para cada ano foi escolhida uma produção para ser analisada, dando-nos parâmetro analítico necessário.

Escolhemos analisar um infográfico por ano embora a Folha conte com acervo vasto de produções, porque ao observarmos as publicações constatamos que apenas poucas se enquadram na linguagem infográfica interativa webjornalística. O critério de escolha dos infográficos analisados se deu por eles contemplarem a dinâmica tanto do âmbito da infografia, como da produção webjornalística, dando-nos condições de análise dentro da proposta levantada na pesquisa. O critério de escolha partiu destes pressupostos.

Ao analisar a infografia interativa como reconfiguração das práticas produtivas do webjornalismo se devem levar em consideração alguns pontos frisados e debatidos por estudiosos da área ao longo do desenvolvimento dos infográficos nesta esfera.

Desta forma, Raymundo (2010) enfatiza que nem todo recurso gráfico deve ser considerado um infográfico. Corroboramos dessa premissa afirmada por ele e acrescentamos também que nem todo infográfico pode ser entendido como webjornalístico ou tido como notícia.

Ainda segundo o pesquisador, o infográfico webjornalístico é muitas vezes confundido com simplesmente conteúdo multimídia, ou classificados como somente infográfico, quando na verdade deve-se haver atenção dos próprios jornalistas para classificar e produzir uma notícia infográfica.

As notícias que recebem recursos visuais, não podem ser consideradas infográficas, mas sim aquelas sustentadas na construção jornalística, na linguagem multimídia e da infografia, estando em sintonia e complementadas entre si.

Antes mesmo de Raymundo (2010) destacar este contexto analítico das notícias, Teixeira (2007), já dividia e, pode-se dizer, classificava os infográficos publicados no ambiente digital que eram produzidos em formatos interativos.

Nos dois grandes grupos, divididos pela pesquisadora, estão os enciclopédicos, que são os de caráter geral centrados em explicações de assuntos como, por exemplo, o funcionamento do corpo humano; e no segundo grupo estão os jornalísticos que trazem narrativa da construção singular do meio.

A pesquisadora ainda diz que nesta classificação os infográficos são independentes e complementares, e coloca os jornalísticos como complementares, dando suporte a uma notícia, por exemplo.

Neste ponto não convergimos com a pesquisadora e não consideramos os infográficos jornalísticos como complementares, mas sim como a própria notícia, já que reconfigurações ocorreram e que a infografia jornalística na *Web*, passou a ser webjornalística e consegue ser produzida independente, como a própria notícia, embora muitas vezes os infográficos sejam usados pelos jornalistas como complemento informativo.

O que se deseja salientar é que nem todo infográfico disponibilizado como webjornalístico ou notícia infográfica, deve ser assim considerados. Necessita haver reflexão e análise, já que as notícias nesta ambiência ainda são produções que merecem questionamentos e discussões no que se refere aos critérios produtivos e sua estruturação digital.

Quando propomos analisar a infografia interativa utilizada para noticiar, bem como este fenômeno como uma reconfiguração do webjornalismo, não se pretende afirmar que as notícias perderam ou deixaram para trás sua essência, mas que elas estão agora conectadas a uma forma diferente de produção, distribuição e recepção. Objetivamos compreender e refletir sobre as nuances das reconfigurações ocorridas.

Para realizar a análise dos infográficos, considerados ou disponibilizados como notícia webjornalística, escolhemos como parâmetro norteador de análise a classificação de Beatriz Ribas. Através do estudo da autora, temos como classificar os infográficos analisados dentro da linguagem infográfica e webjornalística.

A classificação de Ribas (2004) apresenta os infográficos multimídia webjornalísticos em tipos, estado e categorias:

Tipos:

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

Complementar: O complementar é uma complementação ao texto e ao infográfico. O primeiro complementa a notícia principal produzida na forma de texto, o segundo complementa a notícia principal apresentada na forma de infográfico autônomo.

Estado:

Atualidade: Quando de atualidade, são construídos no momento dos acontecimentos.

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

Categoria:

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

Esta classificação nos aponta caminhos analíticos nos quais nos propusemos a analisar, já que a estudiosa afirma/defende a notícia não como complemento infográfico, ou o mesmo como complemento da notícia – embora ocorra utilização destes modos –, mas sim como a existência principal de uma autonomia produtiva.

Para nortear análise na vertente da produção jornalística tratada nos infográficos observados, utilizamos como parâmetro a Teoria *Newsmaking*, que em suas prerrogativas trata o processo produtivo do jornalismo, em especial, o tratamento da construção da notícia.

Medina (1988), assim como os autores já citados, que abordam a contextualização da teoria, diz ser a notícia predominante na vida diária das pessoas e carrega a função sumária de informar de maneira coerente e com construção jornalística; e é o que a estudiosa afirma ser a fundamentação da Teoria *Newsmaking*.

Quando ressaltava esta importância da notícia na década de 1990, a autora já alertava do papel importante das notícias no bojo social; e reflexo do sistema comunicacional dos indivíduos. A colocação da pesquisadora na realidade atual ainda é opulente, pois mesmo

diante das transformações, o objetivo principal da notícia não mudou, mas sim suas formas e possibilidades produtivas.

Jorge (2013) afirma que o estudo da notícia é parte da pesquisa em comunicação e se debruça sobre os processos de produção desta. Este processo pode ser compreendido por *newsmaking*, que empreende uma análise sociológica produtiva da notícia, demonstrando que o jornalismo não é o espelho do real, mas construção a partir de dados da realidade e uma tentativa de organizar e unificar o processo de produção das notícias.

Assim, utilizarmos essa teoria como balizamento para compreender a conjuntura atual da produção da notícia, por nos permitir considerar pontos estruturantes de elaboração do material escolhido para realizar análise.

Com isso, a Teoria *Newsmaking* como aborda Pena (2005) em seu estudo, foi norteadora para analisar o viés jornalístico das produções noticiárias infográficas, em que os critérios de noticiabilidade e valores-notícia, citação das fontes, créditos e demais requisitos são observados, bem como se estes estão presentes nas *infontícias*.

A escolha por utilizar, como balizadores de análise, a classificação de Ribas (2004) e a Teoria *Newsmaking*, se deu em razão da primeira proporcionar um suporte classificatório dos infográficos analisados dentro da linguagem webjornalística, e principalmente, da infografia, para melhor identificar as *infontícias*.

A Teoria *Newsmaking*, no que rege seu contexto de estudo dos critérios de noticialidade e valores-notícia, permitiu suporte e aporte teórico para observar a construção atual da notícia no âmbito digital e se ela é produzida de acordo com o que rege os parâmetros jornalísticos ou se novas tendências produtivas surgiram.

Os infográficos escolhidos no Site da Folha de S. Paulo pertencem, como frisado na introdução, a uma seção própria dedicada somente a informações infográficas. Obedecemos à escolha dos infográficos a partir do período temporal disponibilizado pelo o jornal que é do ano de 2010 ao ano de 2015. Escolhemos um infográfico para cada ano, levando em consideração a relevância do assunto abordado e ser considerada ou distribuída como uma produção infografia webjornalística, uma *infontícia*.

Quanto aos objetivos, a pesquisa adquiriu um caráter exploratório e explicativo. Com balizamento metodológico através de Lakatos e Marconi (2003), o primeiro objetivo nesta dissertação deu-se por meio de levantamento bibliográfico em fontes como literaturas e pesquisas realizadas na área, como também por meio da exploração e observação de infográficos interativos no Site da Folha de São Paulo, que abordem e fomentem o tema pesquisado.

Em relação ao aspecto explicativo, analisamos o fenômeno da *infontácia* na busca de esclarecê-lo, justificá-lo e identificar suas causas e efeitos no campo do jornalismo. Como destacam Lakatos e Marconi (2003) é através da esfera explicativa que obtemos uma reflexão mais aprimorada dos possíveis efeitos do objeto de pesquisa.

3.2.1 Exemplificando a análise

Neste ponto do capítulo apresentamos, por meio de um exemplo analítico, como se deu o procedimento de análise dos infográficos escolhidos.

Figura 19 — Infográfico sobre o trabalho no Brasil

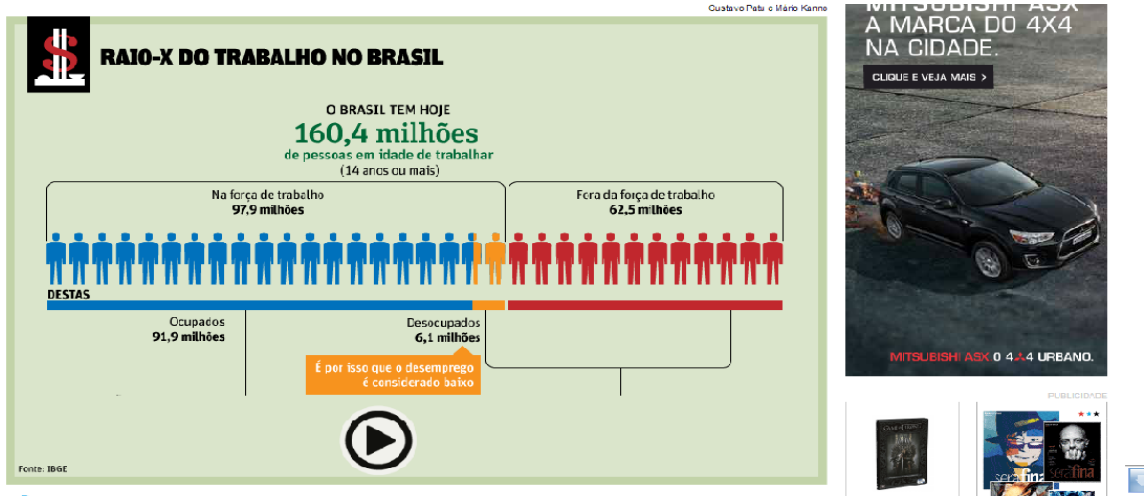


Temos um infográfico interativo da Folha de S. Paulo que retrata a situação do mercado de trabalho no Brasil e mostra os índices de cada região do país quanto ao emprego e desemprego (Figura 19).

O infográfico foi escolhido levando em consideração os elementos de uma produção webjornalística e de linguagem infográfica interativa. Ao clicar no botão do *play* o receptor tem acesso às informações em formato interativo.

A figura 20 traz a sequência do infográfico em que são apresentados os dados de empregados e desempregados no Brasil. Fazendo o paralelo dos brasileiros que estão na força de trabalho e os que estão fora deste quadro.

Figura 20 — Sequencia do infográfico trabalho no Brasil

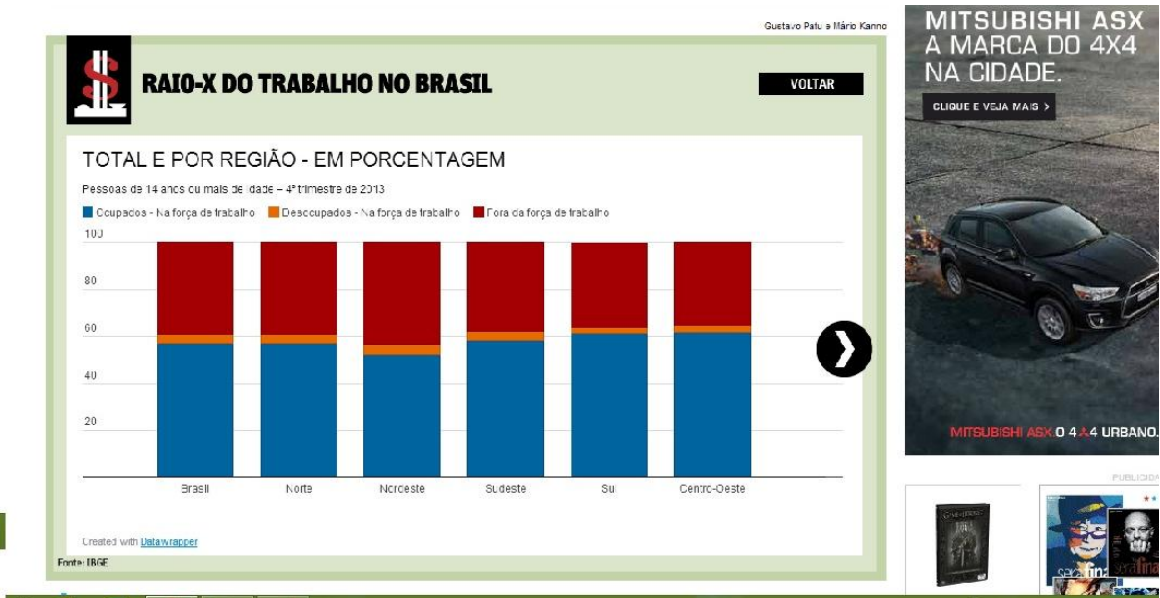


Fonte: Folha de São Paulo (2014)

Os ícones representados por bonecos azuis são os números de pessoas que estão na força de trabalho. A cor laranja representa o número de desocupados e a cor vermelha o número de pessoas fora da força de trabalho. Esses dados são comparados ao número geral de pessoas em idade de trabalho no país.

Seguindo os dados abordados na produção temos na figura 21 as informações do total de desempregados e empregados por regiões e em porcentagem em relação aos números gerais. Nessa página ao invés de ícones foram utilizadas barras para comparar os números. Essas barras são interativas, possibilitando cruzar dados.

Figura 21 — Infográfico trabalho no Brasil



Fonte: Folha de São Paulo (2014)

As informações traçam um perfil de cada região do Brasil em que podemos analisar qual concentra o maior número de desempregados e a que concentra o maior número de empregados, dando um panorama da melhor região para se trabalhar no país.

Dentro da classificação e características de uma infografia interativa webjornalística defendida na classificação de Ribas (2004), o infográfico pode ser classificado:

Tipo: *autônomo*, pois pode ser considerado como sendo a própria notícia.

Estado: de *atualidade* por tratar de um acontecimento atual, que está ocorrendo no cotidiano da sociedade brasileira em seus aspectos econômico, político e social.

Categoria: *sequencial*, pois explana o acontecimento em sequência. Precisando de acompanhamento sequencial para entender a totalidade da informação geral. Pode ser ainda ser ainda classificado em relação à categoria como *relacional*, pois admite escolhas de determinados passos, como a escolha das regiões do Brasil, no qual o receptor pode ter acesso à taxa de emprego de determinada região permitindo o entendimento entre as relações de causa e efeito do cenário trabalhista no país.

Construção jornalística: no que se refere aos parâmetros da Teoria *Newsmaking*, o infográfico traz abordagem de um fato importante, de relevância e atual. Obedece aos valores-notícia, pois trata de um fato que diz respeito ao interesse geral da população, tanto regionalmente como em âmbito nacional, ou seja, é de interesse humano.

Apresenta a fonte das informações que é do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), fornece os créditos de quem desenvolveu a infografia, que são o Gustavo Put e o Mario Kanno. E por fim traz procedimentos organizados dentro da lógica da produção jornalística, como sistematização de edição, pontos referenciados em noticiabilidade.

Podemos classificar esta produção como uma *infontícia*, pois apresenta critérios de produção webjornalística infográfica interativa e tem construção com base nos parâmetros produtivos do jornalismo.

Desta forma se deu a análise dos infográficos escolhidos. Valendo salientar, mais uma vez, que todos os infográficos partiram de uma escolha nos quais foram observados pontos da construção webjornalística e da linguagem infográfica interativa.

4 ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS INTERATIVOS DA FOLHA DE SÃO PAULO

Este capítulo é dedicado à análise empírica da pesquisa e ao recorte do *corpus* que são seis infográficos do site da Folha de São Paulo. Na escolha dos infográficos foi levado em consideração os elementos de linguagem infográfica interativa e webjornalística. Outro ponto considerado importante foi o infográfico estar disponibilizado no site como notícia ou produção jornalística.

Foram escolhidos seis infográficos dentro da linha temporal disponibilizada pelo próprio jornal, ou seja, do ano de 2010 até o ano de 2015, um para cada ano. A escolha se deu por estes infográficos conterem elementos multimidiáticos ou interativos e estarem disponíveis como notícia ou material jornalístico, já que encontramos disponibilizado material apenas de construção gráfica.

Demonstrando o *corpus* da pesquisa, temos no primeiro infográfico analisado, uma produção do ano de 2010 sobre as eleições presidenciais do Brasil. Na sequência, abordamos uma produção infográfica feita no ano 2011 sobre o acontecimento da tragédia em uma escola da cidade de Realengo (RJ), em que um ex-aluno mata vários estudantes e posterior comete suicídio.

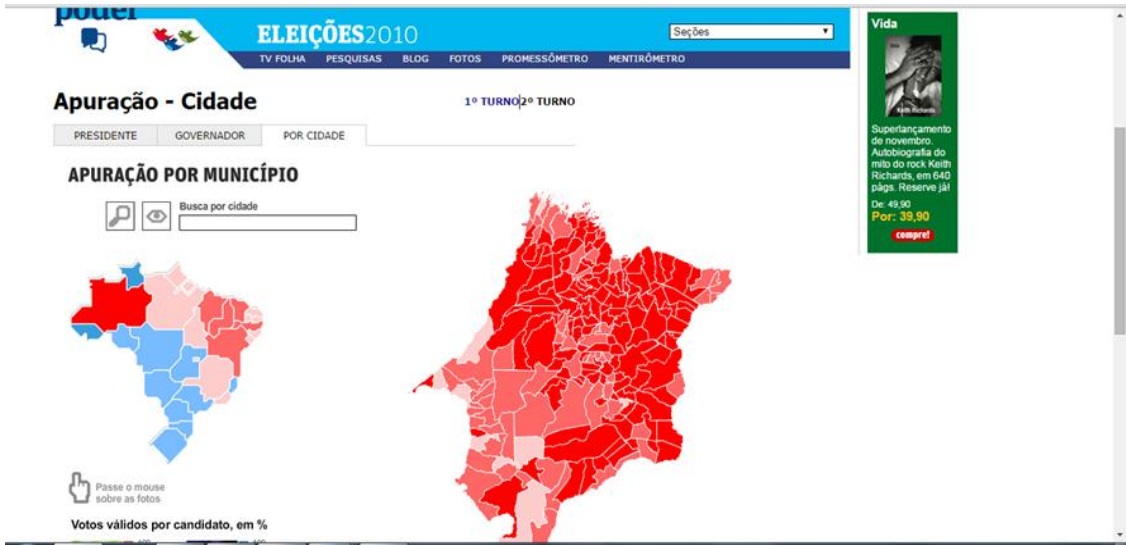
Referente ao ano de 2012, foi analisado um infográfico que trata do julgamento do Mensalão. Como se deu a ordem de votação, a montagem do plenário e os relatores do processo do julgamento são pontos trabalhados na produção. O quarto infográfico é do ano de 2013 e traz uma retrospectiva. São tratados assuntos de cunho social e político que foram destaque na imprensa brasileira naquele ano.

O penúltimo a ser analisado foi uma produção de 2014, intitulada de Reforma ministerial. O infográfico faz um levantamento dos ministros escolhidos pela presidente Dilma Rousseff para seu segundo mandato. Fechamos a demarcação do *corpus* com um infográfico de 2015 sobre a crise da água em São Paulo, tratando como medidas simples podem mudar a situação da crise que afetara o estado.

4.1 INFOGRÁFICO: ELEIÇÕES 2010

A primeira produção analisada foi do ano de 2010, mês de outubro, em que estava ocorrendo no Brasil às eleições presidenciais. Na disputa Dilma Rousseff e José Serra como principais presidenciáveis (Figura 22 e 23).

Figura 22 — Gráfico com a apuração das Eleições de 2010

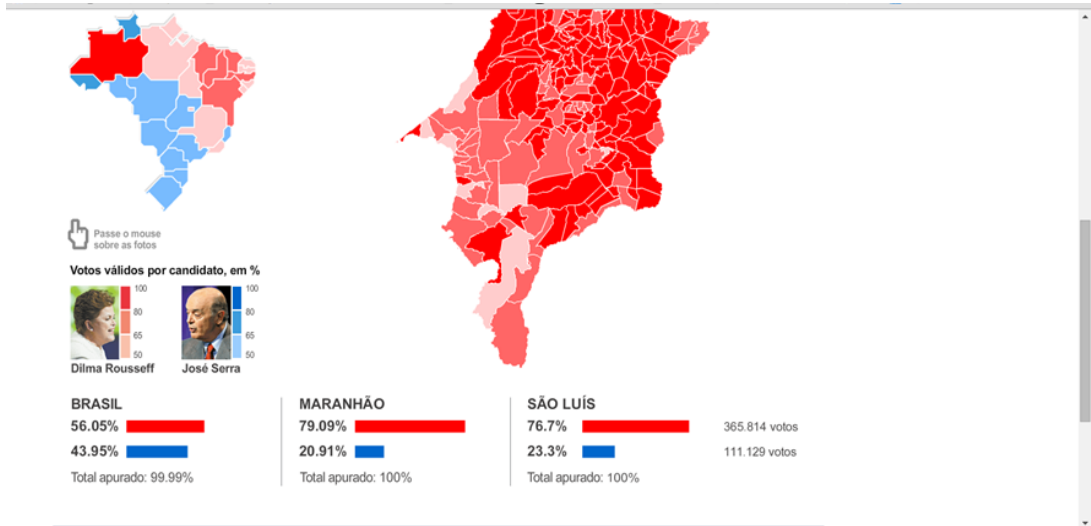


Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

O infográfico aborda o assunto e traz a apuração por estados e suas cidades. Não somente os dados da apuração de presidente podem ser acessados e visualizados, mas também para governador.

O mapa do Brasil é disponibilizado para o leitor, no qual é possível clicar em qualquer região da federação; posteriormente surgem os números com a quantidade de votos do estado escolhido. Já no mapa do estado, o leitor pode ter acesso à apuração por cidades pertencentes a este, e assim, se desejar, ter acesso a todos os dados da votação de todo o Brasil por candidatos, com sua respectiva votação.

Figura 23 — Eleições 2010 no Brasil



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Ao partir para a análise da produção infográfica webjornalística pautada na classificação de Ribas (2004) o infográfico em análise pode ser classificado:

Tipo: *complementar*. Podendo ser classificado até mesmo como produção gráfica independente, em que neste caso são trabalhadas informações numéricas com imagem animada, mapas e barras. Não há composição infográfica webjornalística.

Estado: de *atualidade*. Na época trazia informação de um fato atual no cenário político do país.

Categoria: *relacional*, pois permitia escolhas das informações dando compreensão das relações. Neste caso, entre a votação de cada cidade e Estado para desencadear as causas no resultado geral do país.

Construção jornalística: em relação ao campo da produção jornalística, no que tange a Teoria *Newsmaking*, a produção traz uma abordagem de um fato importante e de relevância. Mas não conta com uma construção que prioriza a composição jornalística, já que não fornecem as fontes dos dados, os créditos produtivos, bem como não há uma construção noticiosa, mesmo que o acontecimento tratado seja de importância e interesse geral da população.

É uma produção que não se pode enquadrar ou ser classificada como infografia webjornalística, principalmente como uma *infontícia*, em razão de não ter em sua composição elementos de critérios construtivos da narrativa jornalística.

4.1.1 Infográfico: tragédia de Realengo

A produção do ano de 2011, do mês de abril, é sobre a tragédia em uma escola pública de Realengo-RJ, em que um jovem, ex-aluno, atira e mata estudantes e comete suicídio. O fato chocou o país e os principais jornais produziram infográficos para detalhar melhor o acontecimento, facilitando a compreensão do leitor sobre o caso, como por exemplo, o trajeto feito pelo assassino, quantidade de crianças feridas e mortas, e o local de suicídio do atirador.

A Folha disponibilizou um infográfico da seção cotidiano sobre a tragédia, em que convida o leitor a entender como ocorreu o fato. Antes de apresentar o infográfico o jornal traz a matéria principal e *links* de acesso aos variados formatos que foram produzidos sobre o acontecimento (Figura 24).

Figura 24 — Informações em formatos multimídia da tragédia de Realengo-RJ



Fonte: Folha de S. Paulo (2011)

Ao clicar em um dos *links* podemos acessar notícias em formato de vídeo, texto fotos e infográfica (Figura 25). É possível visualizar os primeiros passos do atirador e como ele conseguiu entrar na escola ao se apresentar para o porteiro como ex-aluno da escola.

Figura 25 — Infográfico da tragédia de Realengo



Fonte: Folha de S. Paulo (2011)

Na imagem seguinte (Figura 26) está a sequência do infográfico dando detalhes dos passos do atirador ao conseguir entrar na escola.

Figura 26 — Segundo infográfico sobre os passos do atirador



Fonte: Folha de S. Paulo (2011)

Ao continuar clicando na seta do lado direito do infográfico o receptor tem acesso aos passos seguintes do crime, em que o assassino invade uma sala de aula (Figura 27).

Figura 27 — Terceiro Infográfico tragédia de Realengo



Fonte: Folha de S. Paulo (2011)

O atirador aponta a arma e dispara contra os alunos, depois de ter percorrido alguns andares do prédio.

Na classificação de Ribas (2004), a produção pode ser considerada:

Tipo: *complementar* ao texto. Serve como informação de complementação ao texto da notícia que frisamos na figura 24, podendo ser acessada através de *link*.

Estado: *atualidade*. O infográfico foi produzido no momento do acontecimento.

Categoria: *sequencial*, pois explana o acontecimento em sequência, para entender a totalidade da informação.

Construção jornalística: Referente aos parâmetros defendidos na Teoria *Newsmaking*, a construção do infográfico não apresenta alguns elementos como as fontes e créditos. Em relação aos créditos, há somente indicação da editoria de arte da Folha, a *Folhapress*.

Figura 28 — Notícia em formato textual da tragédia de Realengo



Fonte: Folha de São Paulo (2011)

Há uma narrativa jornalística na notícia de acesso do *link* (Figura 28), mas não uma estruturação completa de *infontícia*, já que imagens, vídeos, áudio e texto estão separados e não compõem uma construção jornalística unificada coerentemente.

4.1.2 Infográfico: o mensalão

A próxima análise é de um infográfico interativo do ano de 2012, mês de julho, sobre o julgamento daquele que foi considerado pela grande mídia como o grande escândalo de corrupção do país: o Mensalão (Figura 29).

Figura 29 — Primeira página do infográfico sobre o julgamento do mensalão



Fonte: Folha de S. Paulo (2012)

A figura acima é a primeira página do infográfico, o receptor tem acesso ao formato das informações em texto e uma paleta de seis cores. Cada uma dessas cores representa um tema a ser abordado (Figura 30).

Figura 30 — Segunda página sobre o julgamento do mensalão

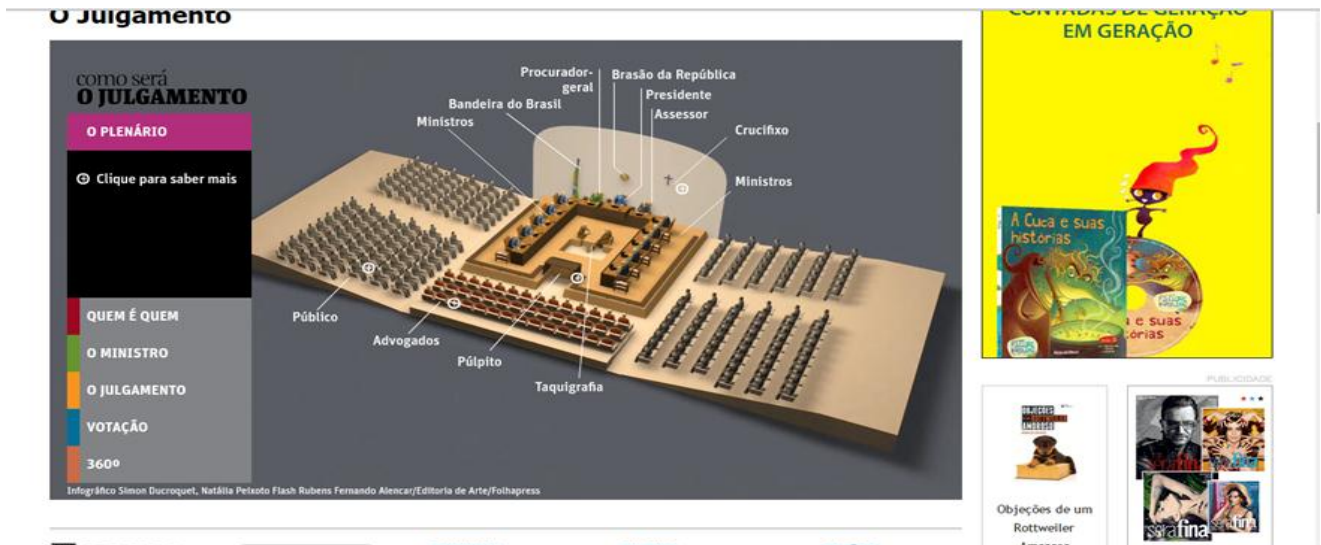


Folha de S. Paulo (2012)

O que está ilustrado corresponde à cor lilás, que acessamos para dar ideia de como funciona a dinâmica do infográfico.

O espaço é apresentado trazendo informações de como será composto o ambiente do plenário por ordem de hierarquia (Figura 31).

Figura 31 — Página do infográfico trazendo o arranjo do plenário



Fonte: Folha de S. Paulo (2012)

Toda a estrutura do plenário, posições dos membros do julgamento, espaço ocupado por cada pessoa e todo o ambiente pode ser visualizado.

Na Figura 32, apresentamos o infográfico a partir das informações correspondente a cor vermelha que mostra o sistema de condução do julgamento com seus membros e funções.

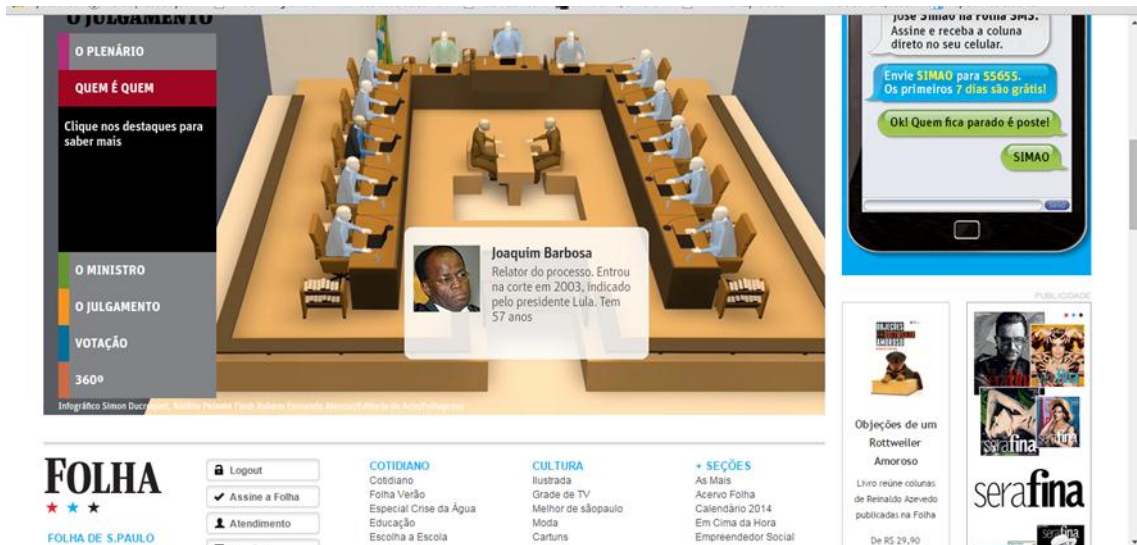
Figura 32 — Parte do infográfico que retrata a composição de funções e quem são os julgadores



Fonte: Folha de S. Paulo (2012)

Ao clicar em algum dos ícones simulados pelos bonecos surge uma foto da pessoa representada com informações de sua função no julgamento (Figura 33).

Figura 33 — Infográfico retratando a mesa julgadora do mensalão



Fonte: Folha de S. Paulo (2012)

Clicamos no ícone do boneco do canto esquerdo e surgiu o quadro que traz as informações sobre a pessoa representada, que neste caso, foi o Joaquim Barbosa, relator do processo. Na cor azul o receptor tem acesso de como se dará a votação por ordem de arguição da bancada de julgamento (Figura 34).

Figura 34 — Parte do infográfico que retrata a votação do julgamento do mensalão



Fonte: Folha S. Paulo (2012)

No lado direito superior temos uma tabela que apresenta a ordem de votação dos membros dando a sequencia dos ícones dos bonecos.

Clicando na cor marrom surge a imagem da sala de julgamento na dimensão de 360° (Figura 35).

Figura 35 — Parte do infográfico retratando a sala do julgamento no ângulo de 360°

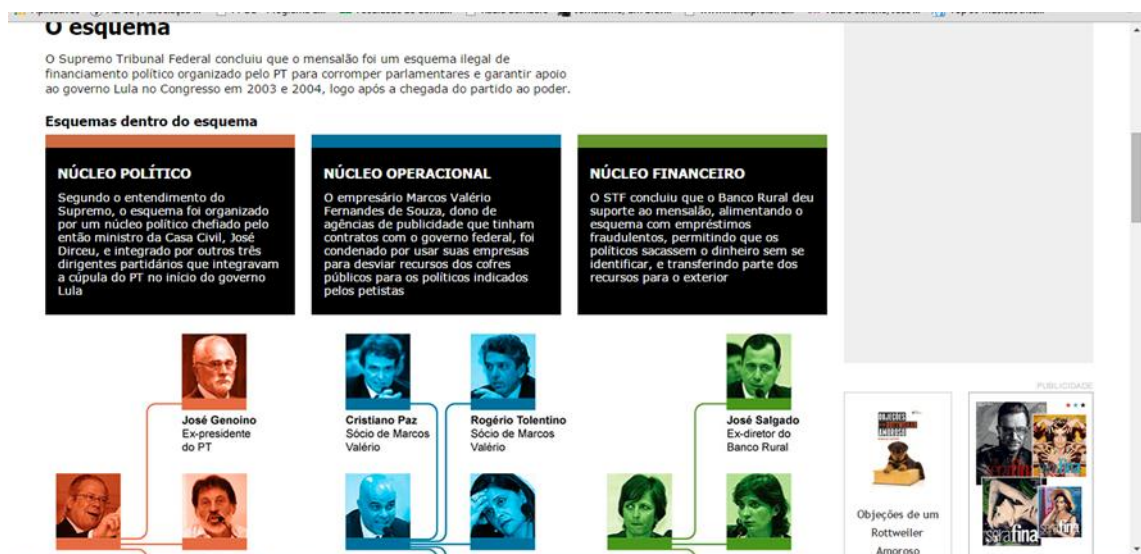


Fonte: Folha S. Paulo (2012)

É possível dar um passeio virtual no ambiente do plenário do ângulo que se deseja, em dimensão 3D.

No topo do infográfico encontram-se temas intitutados: “o esquema”, “o caminho do dinheiro”, “prisões e penas”, “os juízes”, “questões de ordem”, “documentos e frase”. Todos esses tópicos podem ser acessados e todos contêm informações do caso e de seus envolvidos (Figura 36).

Figura 36 — Representação do esquema do mensalão



Fonte: Folha de S. Paulo (2012)

Tratando da classificação de Ribas (2004) o infográfico pode ser classificado:

Tipo: *autônomo*, contendo todos os elementos de uma *infontícia*.

Estado: de *atualidade*, produzido no momento dos fatos.

Categoria: *relacional e espacial*. Relacional porque permite escolhas de determinados processos da informação e espacial porque o receptor pode dar um passeio virtual no espaço do interior do ambiente do julgamento.

Construção jornalística: pode ser considerada uma produção jornalística no que tange a Teoria *Newsmaking*, já que preconiza os valores-notícia, tratando de um acontecimento relevante no cenário social e político do país, e que diz respeito ao interesse geral da população. Os créditos da equipe envolvida estão disponíveis e conta com sistematização de edição e critérios de noticiabilidade.

O resultado que obtemos é uma infografia interativa feita nos parâmetros produtivo do webjornalismo e que se configura como uma *infontícia*, em que os elementos da narrativa estão convergindo e entrelaçados com coerência sem necessitar de complementação, tanto no que diz respeito à linguagem infográfica, como jornalística.

4.1.3 Infográfico: 2013 #significa

A narrativa infográfica intitulada 2013 #significa, é uma produção do ano de 2013, mês de dezembro. O infográfico traz uma retrospectiva dos principais acontecimentos sociais, políticos e econômico que decorreram no ano (Figura 37).

Figura 37 — Apresentação da página inicial do infográfico 2013 #significa



Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

Na lateral direita, o receptor encontra ícones ilustrativos dos temas que são tratados no infográfico. Os ícones são referentes de baixo para cima sobre: #manifestações, #maismédicos, #domésticos, #habemuspapa, #mensalão, #espionagem, #futebol.

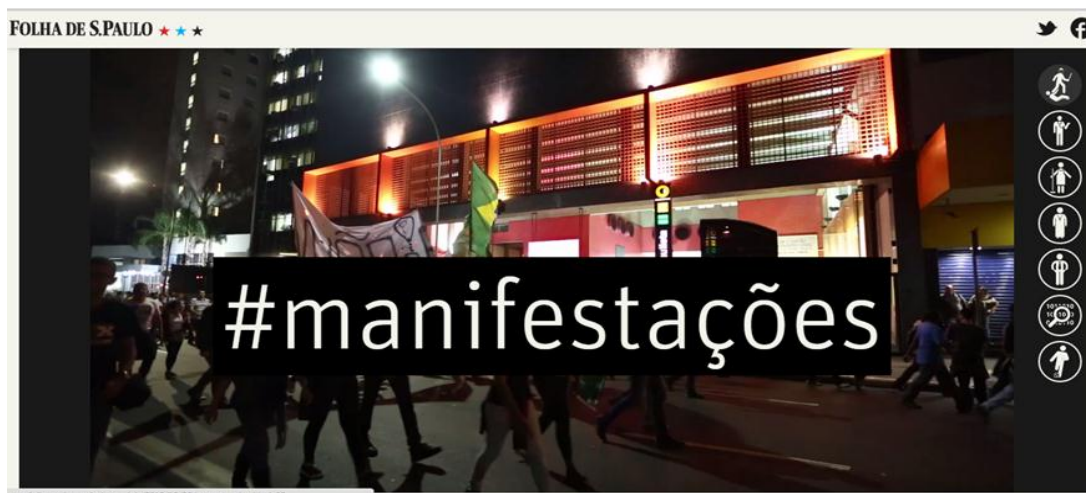
O símbolo *hashtag*⁷ é utilizado como linguagem do meio digital em que as pessoas usam o símbolo para chamar atenção sobre um assunto ou fato importante e que merece atenção, como também se tornou um mecanismo de busca do assunto na rede por meio de *hiperlinks*. Possivelmente esse foi o objetivo de uso na produção ora analisada.

Ao clicar em qualquer ícone, surge o texto, a imagem, o áudio, o vídeo e também os elementos gráficos do acontecimento escolhido.

Escolhemos ilustrar neste ponto do capítulo o assunto abordado nos ícones #manifestações, #maismédicos e #domésticos, valendo salientar que todos foram observados em sua construção, mas por seguirem a mesma dinâmica produtiva, destacamos os três que mais no chamaram atenção.

Na figura 38 temos a imagem gerada no ícone #manifestações. Nesta seção o assunto tratado são as manifestações que ocorreram no mês de junho de 2013 em todo o país (que ficaram conhecidas como “Jornadas de Junho”).

Figura 38 — Página referente à temática #manifestações



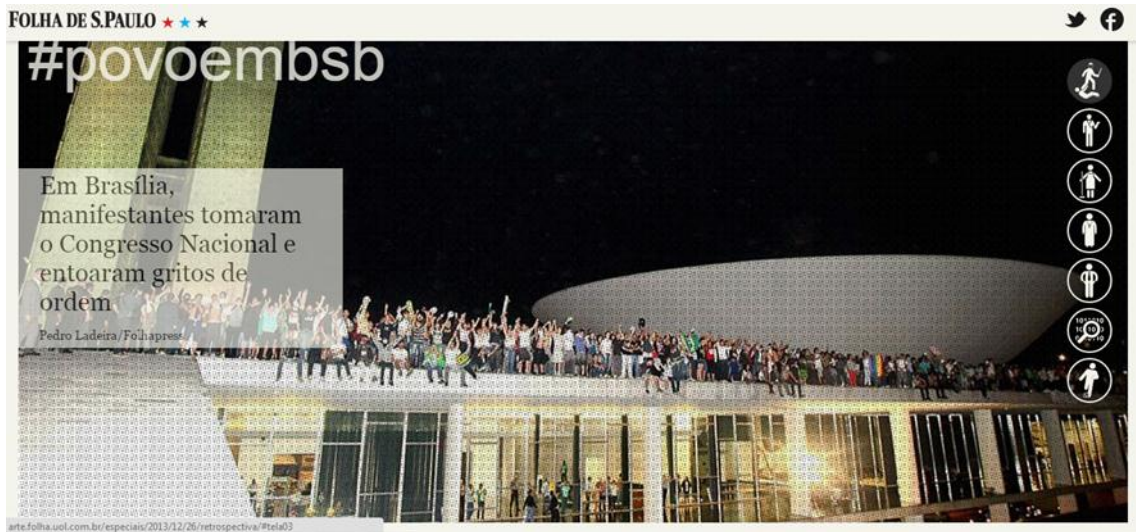
Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

Esse movimento foi desencadeado inicialmente devido ao aumento da tarifa do transporte público no estado de São Paulo.

Na figura 39 temos a sequência das manifestações por todas as capitais do país.

⁷ Hiperlinks de mecanismo de busca de determinado assunto na rede.

Figura 39 — Sequência do infográfico referente às manifestações pelo Brasil



Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

Na imagem escolhida, ilustra-se o cenário dos protestos em Brasília, no Congresso Nacional. Nesta parte do infográfico é possível acessar informações das manifestações em outras capitais do país.

Outro fato abordado foi um programa do Governo Federal, Mais Médicos, que gerou bastante polêmica na classe médica brasileira, já que o Brasil receberia profissionais de outros países (Figura40).

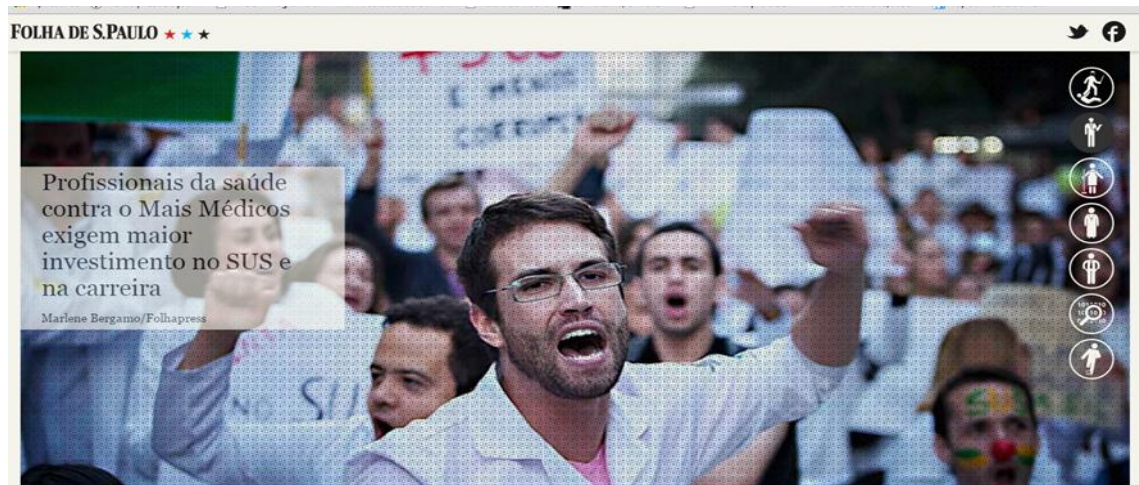
Figura 40 — Primeira página sobre o tema #maismédicos



Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

Na figura 41, a segunda página referente aos protestos feitos pela a classe médica brasileira.

Figura 41 — Sequência do infográfico sobre o Programa Mais Médicos

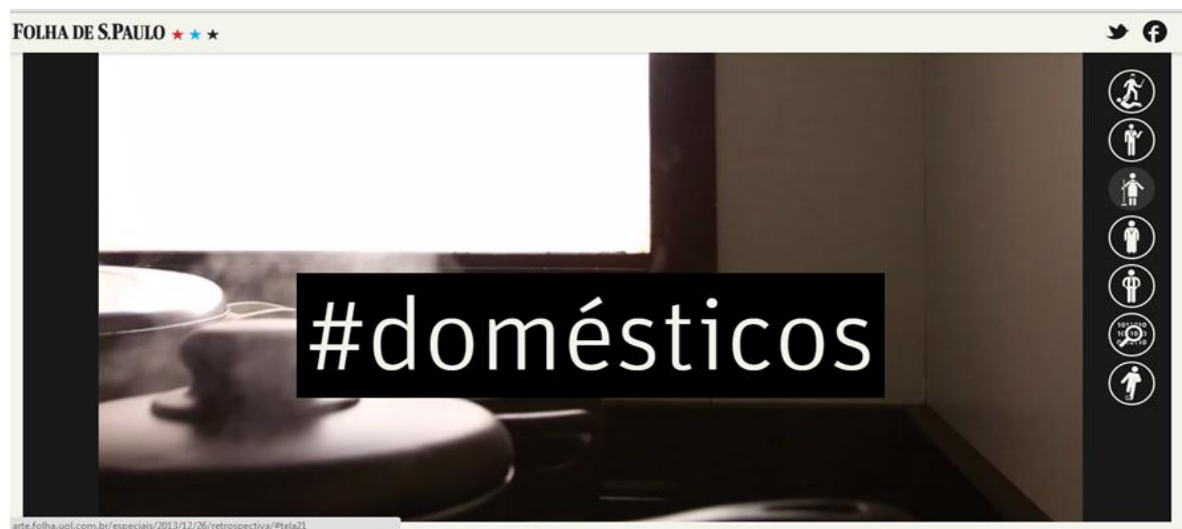


Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

No canto esquerdo da página é possível ter acesso um texto informativo sobre os acontecimentos.

Outro acontecimento que repercutiu bastante no país, foi sobre os direitos trabalhistas dos domésticos, que por vários anos no país não tiveram seus direitos cumpridos e respeitados (Figura 42).

Figura 42 — Primeira página do infográfico sobre #domésticos



Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

Sequenciando a abordagem do tema a figura 43 apresenta as manifestações feitas pela a classe nas ruas de algumas capitais do Brasil.

Figura 43 — Infográfico que trata dos direitos trabalhistas das empregadas domésticas



Fonte: Folha de S. Paulo (2013)

No canto inferior esquerdo encontram-se informações textuais sobre a organização do movimento.

Esse é um infográfico que podemos classificar como:

Tipo: *autônomo*, contendo todos os elementos de uma *infontícia*.

Estado: de *memória*, trazendo assuntos ocorridos ano de 2013, mas que podem ser acessadas como um arquivo.

Categoria: pode ser *sequencial* e *relacional*. Sequencial, porque detalha variados acontecimentos em sequência de datas e relacional, porque permite escolhas de qual informação o receptor que ter acesso.

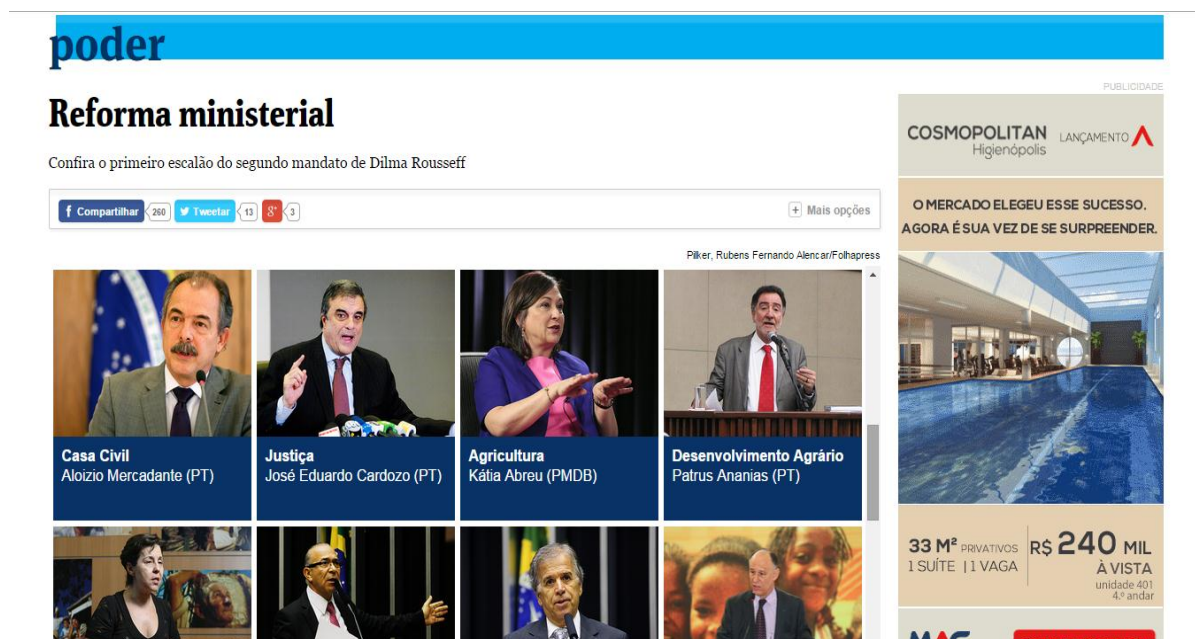
Construção jornalística: os fatos estão todos hierarquizados no que prega a produção teórica jornalística, preconizada na Teoria *Newsmaking*, pois apresenta fatos de relevância que aconteceram durante o ano; é de interesse social e político; conta com citação das fontes e créditos da produção e traz uma estrutura lógica de entendimento dos fatos.

É um infográfico interativo webjornalístico. Em relação a ser uma *infontícia*, constata-se que na realidade são várias *infontícias* em só espaço.

4.1.4 Infográfico: reforma ministerial

Na infografia relacionada ao ano de 2014, analisamos uma produção do mês de dezembro, intitulada Reforma Ministerial. O fato é sobre a escolha da então presidente Dilma Rouseff do primeiro escalão do seu governo, em seu segundo mandato (Figura 44).

Figura 44 — Infográfico sobre a reforma ministerial de Dilma Rouseff



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

O infográfico apresenta todos os ministros, partidos aos quais pertencem, de quem foi a indicação, que cargo já desempenhou e o que irá assumir. Na primeira página o receptor tem acesso aos indicados e informações sobre eles.

Na figura 45, temos na imagem informações de Cid Gomes, indicado ao Ministério da Educação.

Figura 45 – Infográfico com as informações de Cid Gomes



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

No quadro pode-se ter acesso às informações de cargo exercido anteriormente, quem bancou a indicação e idade do indicado.

A figura 46 traz outra escolha de Dilma Rousseff para um dos ministérios. Nessa página o receptor tem acesso além de textos, a vídeos que podem ser visualizados.

Figura 46 — Sequência do infográfico 45



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

Fotos, textos e vídeos são disponibilizados sobre a indicação para o Ministério da Agricultura.

Não consideramos que este infográfico seja jornalístico ou uma construção de uma notícia. Há notícias que podem ser acessadas por meio de *links* disponíveis. Mas a estruturação não é conjunta (Figura 47).

Figura 47 — Notícia disponível no *link* sobre a reforma ministerial



Fonte: Folha de S. Paulo (2014)

No canto inferior esquerdo encontram-se informações textuais sobre a organização do movimento.

Esse é um infográfico que podemos classificar como:

Tipo: *autônomo*, contendo todos os elementos de uma *infontícia*.

Estado: de *memória*, trazendo assuntos ocorridos ano de 2013, mas que podem ser acessadas como um arquivo.

Categoria: pode ser *sequencial* e *relacional*. Sequencial, porque detalha variados acontecimentos em sequência de datas e relacional, porque permite escolhas de qual informação o receptor que ter acesso.

Construção jornalística: os fatos estão todos hierarquizados no que prega a produção teórica jornalística, preconizada na Teoria *Newsmaking*, pois apresenta fatos de relevância que aconteceram durante o ano; é de interesse social e político; conta com citação das fontes e créditos da produção e traz uma estrutura lógica de entendimento dos fatos.

É um infográfico interativo webjornalístico. Em relação a ser uma *infontícia*, constata-se que na realidade são várias *infontícias* em um só espaço.

4.1.5 Infográfico: a crise da água

A produção do ano de 2015, a última a ser analisada, é do mês de fevereiro a respeito da crise no abastecimento de água no estado de São Paulo, em razão da seca que assola a capital paulista (Figura 48).

Figura 48 — Infografia sobre a crise da água no Estado de São Paulo

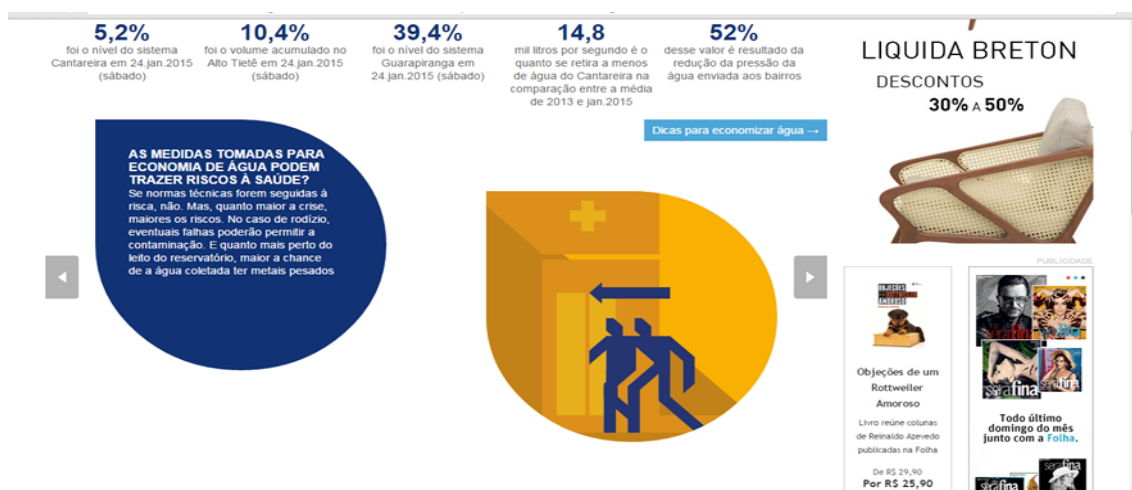


Fonte: Folha de S. Paulo (2015)

O infográfico se compõe com vinte respostas dadas por especialistas sobre o tema, as atitudes a serem tomadas e soluções para o problema.

A figura 49 é referente às dúvidas e as medidas tomadas para economizar água que podem trazer riscos para a saúde, e como fazê-las de maneira correta.

Figura 49 — Infografia retratada na figura 48

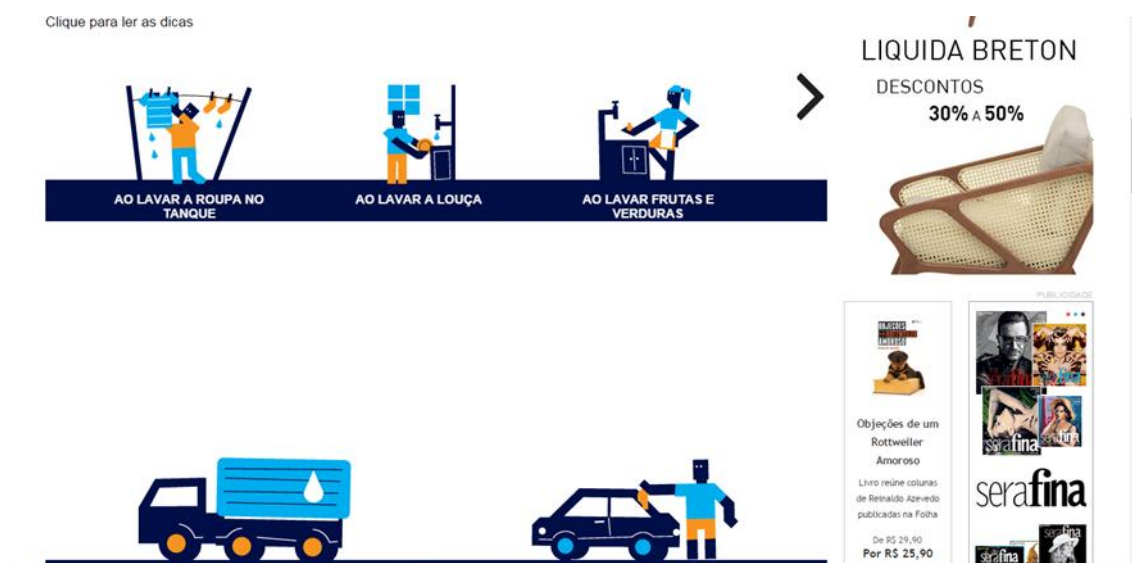


Fonte: Folha de S. Paulo (2015)

Nesta parte do infográfico muitas animações são utilizadas para exemplificar o assunto tratado.

Na sequência do infográfico, a figura 50 apresenta ilustrações com atitudes básicas do dia a dia que podem fazer diferença na hora de economizar água.

Figura 50 — infográfico sobre formas de economizar água



Fonte: Folha de S. Paulo (2015)

É um infográfico interativo webjornalístico, que seguindo as orientações de Ribas (2004), pode ser considerado:

Tipo: *autônomo*. É a própria notícia.

Estado: de *atualidade*, pois foi construído quando os acontecimentos ocorriam.

Categoria: pode ser *sequencial* e *relacional*, o primeiro permite uma sequência das respostas dos especialistas sobre o assunto, e o segundo permite fazer escolhas de qual informação ou resposta dos especialistas o leitor quer saber.

Construção jornalística: sobre a Teoria *Newsmaking* o infográfico foi produzido jornalisticamente com relação completa das informações, com fontes e créditos. Tem valor-notícia, por abordar fato de relevância para a população paulistana, principal alvo de público do jornal. Pode ser considerada uma *infontícia*.

4.2 CONSIDERAÇÕES DA ANÁLISE

Observamos que, ao que diz respeito à linguagem do jornalismo, aos critérios produtivos e aos infográficos aqui analisados, especialmente os dos anos de 2012, 2013 e 2015, há uma construção de notícia que perpassa a linguagem somente infográfica. Notamos que os procedimentos balizadores da construção jornalística são levados em consideração e estão presentes nas produções de notícias imbuídas na realidade digital.

Percebemos que tanto a linguagem infográfica como a webjornalística se estruturam de acordo com o avanço e o surgimento de novos recursos multimidiáticos e convergentes, embora muitas produções infográficas disponibilizadas como notícia ou uma produção jornalística, não obedecem a uma estruturação coerente, e podemos dizer consciente, por parte do jornalista e do próprio jornal, mas apenas como uma produção infográfica que torna a informação mais clara.

Percebemos ainda que o jornal Folha de São Paulo, no qual utilizamos suas produções infográficas como objeto de análise, embora tenha investido e ainda investe nos formatos digitais e interativos das informações, não trabalha sua produção de infográficos como elemento webjornalístico, mas apenas como recurso que facilita e torna atrativa as produções, quando na verdade o que se espera é que a linguagem infográfica seja estruturada como jornalística, assim como qualquer outra linguagem do meio.

A *infontícia* é realidade e apresenta a essência de construção criteriosa da notícia, que era disponibilizada puramente em texto, nos meios tradicionais. Temos uma reconfiguração

latente do formato da notícia e suas potencialidades com o uso das ferramentas e recursos digitais.

O que necessitamos ainda são abordagens voltadas para as novas mutações que o campo produtivo passa nessa vertente de discussão.

Constatamos uma mescla de produções infográficas disponibilizadas pelo jornal em que podemos encontrar *infontícias* como os infográficos de 2012, 2013 e 2015, e também construções apenas gráficas como no caso dos infográficos de 2010, 2011 e 2014. Salientamos que nem tudo pode e deve ser considerada uma produção infográfica jornalística.

Ao frisarmos a Teoria *Newsmaking*, constatamos que as bases teóricas de produção não foram abandonadas ou esquecidas, mas são ainda utilizadas pelas redações como forma de orientar o dia a dia produtivo diante de tantos acontecimentos e possíveis pautas que podem torna-se notícia.

Embora tenham ocorrido mudanças na maneira de pensar e ver o campo teórico do jornalismo na nova realidade cibercultural, a prática jornalística é realizada por meio das estruturas vigentes desde os meios tradicionais.

Em relação à linguagem infográfica webjornalística dentro da classificação de Ribas (2004), o que podemos constatar foi que as produções abrangem todos os pontos apontados pela pesquisadora e chegam a apresentar mais de um elemento em sua composição. Beatriz Ribas foi assertiva em sua pesquisa quando classificou os infográficos feitos através dos recursos digitais e na lógica multimidiática do webjornalismo.

Convergimos em vários pontos pontuados pela autora, como também discordamos de algumas colocações, principalmente quando se trata dos infográficos autônomos, que são considerados como a própria notícia.

Nesse ponto acrescentamos que, para ser considerada uma *infontícia*, o infográfico além de se estruturar na lógica infográfica deve ser planejado – e produzido – nos princípios e bases produtivas do jornalismo.

Em relação aos parâmetros da classificação de Ribas (2004), temos o resultado que apresentamos no quadro 4 sobre a quantidade dos tipos, estado e categoria dos infográficos analisados do ano de 2010 ao ano de 2015, todos produzidos e disponibilizados no site do jornal Folha de São Paulo.

Quadro 4 — Resultado dos infográficos analisados

Ano	Figura	Tipo	Estado	Categoria	Resultado
2010	22 e 23	Complementar	Atualidade	Relacional	Não é <i>Infonotícia</i>
2011	24, 25, 26, 27 e 28	Complementar	Atualidade	Sequencial	Não é <i>Infonotícia</i>
2012	29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 e 36	Autônomo	Atualidade	Relacional/espacial	<i>Infonotícia</i>
2013	37, 38, 39, 40, 41, 42 e 43	Autônomo	Memória	Sequencial/relacional	<i>Infonotícia</i>
2014	44, 45, 46 e 47	Complementar	Atualidade	Relacional	Não é <i>Infonotícia</i>
2015	48, 49 e 50	Autônomo	Atualidade	Sequencial/relacional	<i>Infonotícia</i>

Fonte: a pesquisadora

Em relação às *infonotícias*, destacamos novamente as três produções que se configuram neste enquadramento que são os infográficos de 2012, 2013 e 2015. As outras produções não se encaixam nessa vertente, embora apresentem alguns elementos tanto jornalísticos, como infográficos, mas que são estruturados sem coerência produtiva. Muitas vezes são composições que trazem um ou dois elementos, mas não contemplam os demais.

Analisar estes infográficos trouxe acréscimos de pesquisa, devido às inquietações e objetivos aqui propostos. A análise nos fez perceber que a linguagem infográfica cresce como desenvoltura e sustentação do webjornalismo. A notícia, considerada como o bem preciso do jornalismo, não reconfigurou sua essência, mas sim seu formato produtivo.

Levantamos nesta pesquisa um fenômeno voltado a uma das reconfigurações do formato da notícia na realidade das mídias digitais, que é a *infonotícia*. A constatação através do método de análise enriqueceu nosso objetivo enquanto pesquisadora. O que se deseja é que outras pesquisas sujam a partir do levantamento aqui realizado e tragam um novo embasamento no campo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento de novas estruturas no contexto do jornalismo nas últimas décadas recebeu forte influência dos processos de convergência midiática, das múltiplas plataformas e das possibilidades de conteúdo multimídia. Há uma reconfiguração latente na produção jornalística desde o surgimento da Internet e sua capacidade de potencializar informação, seja por meio dos bancos de dados, das ferramentas e dos recursos digitais.

As redações, os jornalistas e o produto principal da prática jornalística, a notícia, sofreram mutações com os novos formatos de apresentação e distribuição da informação.

A dinâmica produtiva iniciada no século passado e continuada no século XXI se dá através de outros formatos e tem como centro de referência a sociedade em rede.

É nesta conjuntura que o webjornalismo acontece e transforma-se com o desenvolvimento crescente dos aplicativos e aparatos tecnológicos. As notícias, que aos poucos foram reestruturadas na realidade digital, hoje podem ser refletidas em torno de alguns vieses, tais como seu formato para mídias móveis com os *smartphones*, produzidas a partir de fontes vindas das redes sociais e através do olhar proposto nesta dissertação: notícias infográficas ou como intitulamos *infontícias*.

A infografia interativa como produto jornalístico é o reflexo do desdobramento reconfigurante da linguagem webjornalística e, conseqüentemente, das notícias produzidas nesta esfera. Os infográficos também sentiram diretamente as mudanças advindas da era das mídias digitais e rapidamente comportaram as produções multimidiáticas das informações.

A infografia, na prática produtiva do webjornalismo, viu nascer possibilidades potencializadoras de informação com a capacidade de expandir os fatos relacionados aos variados temas, que envolvem a vida diária das sociedades e que são noticiados constantemente.

Os infográficos quantificam informações, seja por meio dos dados, da visualização ou da própria lógica infográfica. Temos notícias cada vez mais quantificadas e produzidas por meio das possibilidades proporcionadas pela lógica digital.

Isso prioritariamente não quer dizer que perdemos qualidade informativa, mas que, em razão do que impõe o sistema digital e dos próprios receptores que buscam facilitar o entendimento dos acontecimentos, a estrutura relevante e coerente das informações jornalísticas devem ser mantidas, pois ainda buscamos entender o porquê, como, quem e onde se desencadearam os acontecimentos sobre os quais tomamos conhecimento.

Os sistemas produtivos dos meios analógicos não, necessariamente, devem “morrer” para que “nasçam” outros no sistema digital. A esfera de construção narrativa se transforma, assim como também os meios, os receptores e os jornalistas. O que há e que constatamos, na verdade, são reconfigurações, adaptações aos novos formatos, bem como maneiras de fazer e distribuir notícia.

Averiguamos, no tocante ao que preconiza e defende a Teoria *Newsmaking*, como os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, é que, mesmo tendo sido estruturada na construção jornalística dos tempos do jornalismo impresso e das primeiras discussões de sua prática como elemento social, feitas nas primeiras Escolas de Comunicação, o objetivo principal de orientar o que deve ser noticiado, o que tem relevância, o que pode se tornar realmente uma notícia diante de tantos fatos, ainda permanece.

A teoria é utilizada como parâmetro produtivo, mesmo diante um cenário de banalização da notícia. Podem-se encontrar corriqueiramente notícias falsas e com conteúdo banal que muitas vezes, nem deve ser considerado de relevância pelos jornalistas.

Constatamos que, com a dinâmica atual em que as notícias podem ser produzidas por meio de variados dispositivos, as teorias que balizam as produções jornalísticas devem permanecer pujantes, dando diretrizes de estruturação de um conteúdo que possa ser relevante jornalisticamente e principalmente de importância sociocultural.

Não partimos, neste sentido, da crítica mercadológica, do interesse empresarial do jornalismo, embora se saiba de sua dinâmica nas decisões de noticiar, ou não, determinado fato. Mas ressaltamos o ponto norteador para a construção de notícias que tenham importância no bojo sociocultural, já que o jornalismo é elemento do organismo social.

Os jornais, como a Folha de São Paulo, viram-se encurralados com o surgimento do espaço digital e, assim como os periódicos internacionais, acompanharam o crescimento da Internet como meio de comunicação.

A *infonotícia* é realidade, embora ainda requeira discussões, estruturação e melhor organização jornalística. Vivemos em meio a processos reconfigurantes, que não estão fechados e requerem olhares de pesquisa e reflexão acadêmica, especialmente quando se trata de elementos da construção teórica dos campos da comunicação e do jornalismo contemporâneo.

Não chegamos ao fechamento de reflexão do tema abordado, pois acreditamos serem necessários pesquisas e estudos que esmiúcem as práticas jornalistas atuais em todos os seus âmbitos. A infografia webjornalística ainda deve ser discutida e compreendida mais a fundo, como uma linguagem dessa nova maneira de pensar e fazer jornalismo.

O nosso ponto de partida foi compreender as reconfigurações e os paradigmas das notícias produzidas infograficamente, não para fechar o ciclo de questões e discussões que há anos são feitas por acadêmicos e estudiosos da área infográfica jornalística, mas para aprofundar as ponderações de um cenário que cresce e ganha desdobramentos devido ao desenvolvimento da rede e da informação, que se tornou um dos maiores bens da sociedade moderna.

Como frisado nas considerações da análise, estamos diante da realidade da notícia produzida infograficamente, e acreditamos ser um campo crescente nas produções do jornalismo contemporâneo devido às possibilidades multimidiáticas do meio digital e das potencialidades da linguagem infográfica.

Pretendemos dar continuidade as investigações das reconfigurações da notícia diante dos avanços da tecnologia digital e como isso é refletido no campo produtivo do jornalismo e em suas bases de estudo teórico.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Rubens Fernando, PILKER, Rogério. Reforma ministerial. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 23 dez. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/12/117947-reforma-ministerial.shtml>>. Acesso em: 27 dez. 2014.
- ALONSO, Julio. Graffía. El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos. **Revista Latina de Comunicación Social**, n.8, ago. 1998. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/49inf6.htm>>. Acesso em: 4 dez. 2013.
- ARMENTIA, José Ignacio - La infografía, ¿un nuevo género periodístico? **Revista Latina de Comunicación Social**, Tenerife. 1999. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/l/88/infozek.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2013.
- ARNT, Hérís. **Palavras, byts, linguagens**: os caminhos do jornalismo. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2005.
- ATIRADOR invade escola e mata alunos no Rio, saiba como foi. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 07 abr. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/899801-atirador-invade-escola-e-mata-alunos-no-rio-saiba-como-foi.shtml>>. Acesso em: 20 jun. 2014.
- A TRAGÉDIA do voo MH17. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 17 jul. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/06/85032-a-tragedia-do-voo-mh17.shtml>>. Acesso em: 30 jul. 2014.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Rodolfo de. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BAPTISTA, Vítor; BRITO, Fernando; BRASILEIRO, Jansepetrus; DUARTE, Alexandre Nóbrega; BEZERRA, Ed Porto; ALMEIDA, Filipe; LIMA, Patrícia; GUIMARÃES, Samara. Uma ferramenta para analisar mudanças na coesão entre parlamentares em votações nominais. In: XXXIV Congresso da sociedade brasileira de computação. 2014, Brasília. **Anais eletônicos...** Disponível em: <<https://sites.google.com/site/brasnam2014>>. Acesso em 30 maio. 2014.
- BREED, W. “Controle social na redação: uma análise funcional”, 1995 In: Traquina, N. **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Veja. p. 20-45.
- BORRÁS, Leticia; CARITÁ, María Aurelia. Infototal, inforrelato e infopincel: Nuevas categorías que caracterizan la infografía como estructura informativa. In: **Revista Latina de Comunicación Social**. Número 35. Noviembre de 2000 [extra "La comunicación social en Argentina"], La Laguna (Tenerife). Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/17borras.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2014.
- CAIRO, Alberto. **Coberturas infográficas de actualidad inmediata**. 2004. Disponível em:

<<http://www.albertocairo.com/infografia/articulos/2004/actualidadinmediata.html>>. Acesso em: 15 maio. 2013.

_____. **Infografia 2.0**: visualización interactiva de información en prensa. Madri: Alamut, 2008.

_____. **El arte funcional**: infografia y visualización de información. Madri: Alamut, 2011.

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

CASADEI, E. B.; VENANCIO, R. D. O. O testemunho do fato: estratégias retóricas em programas jornalísticos. In: SOARES, R. L.; GOMES, M. R. (Orgs.). **Profissão Repórter em Diálogo**. 1ed. São Paulo: Alameda, 2012, v. 1, p. 215-232.

CAIXETA, Rodrigo. **A arte de informar**. 2005. In Associação Brasileira de Imprensa. Disponível em <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556>>. Acesso 1 abr. 2014.

CANAVILHAS, João. **Webnoticia**: proposta de modelo periodístico para la WWW. Livros LabCom , 2007.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges, revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CIRNE, Livia. Novas imagens tecnológicas: a infografia no jornalismo. **Revista Temática**. 2010. Disponível em:
<<http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/smartgc/uploads/arquivos/8c9993063620101112101044.pdf>>
. Acesso em: 25 jun. 2014. Revista temática

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CLAPERS, Jordi. Los gráficos, desde fuera de la redacción. **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna, Tenerife, n. 9, Sept. 1998. Disponível em:
<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36infojordi.htm>>. Acesso em: 6 jun. 2014.

COLLE, R. Estilos o tipos de infográficos. **Revista Latina de Comunicación Social**, n. 12, dez. 1998. Disponível em:
<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02mcolle/texto.colle.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2013.

CONFIRA as principais artes e infográficos publicados na folha. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias**: teorias e métodos. 2011. Disponível em:

<http://www.academia.edu/2017895/Joao_Carlos_Correia_O_admiravel_Mundo_das_Noticias_Teorias_e_Metodos>. Acessado em 20 nov. 2013.

CORDEIRO, Willian Robson. **Infografia interativa na redação**: o exemplo do Diário do Nordeste. Rio Grande do Norte: Sarau das Letras, 2013.

DE PABLOS, J. M. de. **Infoperiodismo**: El periodista como creador de infografia. Madrid: Editorial Síntesis, 1999.

DALMONTE, E. F. **Pensar o discurso no webjornalismo**: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência. Salvador: Edufba, 2009.

DOCTOR, Ken. **Newsonomic**: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial. São Paulo: Cultrix, 2011.

DUBAKOV, Michael. **Visual encoding**. 2012. Disponível em: <<http://www.targetprocess.com/articles/visual-encoding.html>>. Acesso em: 04 jul. 2013.

DUCROQUET, Simon; PEIXOTO, Natália. O julgamento do mensalão. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 05 jul. 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2012/ojulgamentodomensalao/ojulgamento/o_julgamento.shtml>. Acesso em: 30 mar. 2014.

ELEIÇÕES 2010. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 31 Out. 2010. Disponível em: <<http://eleicoes.folha.uol.com.br/2010/2turno/apuracao-cidade.shtml>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Míni Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 7ª ed. Curitiba: Positivo, 2008.

FOREQUE, Flávia. Avaliação anual do ensino superior. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 18 dez. 2014. Disponível em: <<http://ruf.folha.uol.com.br/2014/oruf/comoefeitorankinguniversidades/>>. Acesso em: 20. Dez. 2014.

IZUMINO, Beatriz; SEABRA, Cátia; FRAGA, Érica; LOBEL; MENA, Fabrício Fernanda; VALLONE, Giuliana; MARTHIAS, Robson; PILKER, Rogério. 20 respostas sobre a crise da água. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 25 jan. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2015/01/118572-20-respostas-sobre-a-crise-da-agua.shtml>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thais Mendonça de. Cronologia da Notícia: de 1740 a 2020. In: **Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**, 2., 2004, Florianópolis. Anais... Florianópolis: UFSC/Sindicato dos Jornalistas/Fenaj, 2004.

_____. **A notícia em mutação:** estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. Brasília. 2007. 397 f. Tese. (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília/Faculdade de Comunicação. Brasília. 2007.

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

KANNO, Mário; 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.

KELLY, Kevin. **Para onde nos leva a tecnologia.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

RETROSPECTIVA 2013. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 26 dez. 2013. Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/26/retrospectiva/#tela21>>. Acesso em: 28 mar. 2014.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** 5ª. ed. São Paulo: Ática, 2000.

_____. **Teoria e Técnica do Texto jornalístico.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana Andrade de. **Fundamentos da metodologia científica.** 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, Ronaldo. DI FELICE, Massimo. **A vida em rede.** Campina, SP: Papirus 7 Mares, 2014.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência.** São Paulo: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia:** arquitetura e navegação no ciberespaço. 3ª. ed. São Paulo: Iluminare, 2005.

LETURIA, Elio. ¿Qué es infografía? **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna, Tenerife, n. 4, abr. 1998. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm>>. Acesso em: 2 jan. 2014.

LIMA, Patrícia Medeiros de. Novas estruturas interacionais de produção da notícia: o uso da infografia interativa no webjornalismo. **Revista Temática**, n. 01, jan. 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

LIMA, Patrícia Medeiros de; BEZERRA, Ed Porto. Infografia interativa como nova linguagem jornalística: uma análise a partir do site do Jornal Folha de São Paulo. **VIII Simpósio Nacional da Abciber.** Disponível em:

<http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/patricia_medeiros_de_lima_28.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2014.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: Free Press, 1922.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MARCONDES, Ciro Filho. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MARCONDES, Ciro Filho (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulos, 2009.

MARTÍN-BARBERO, j. **De los médios a las mediaciones**. Comunicación, cultura y hegemonia. México: Gustavo Gili, 1987.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Pensamento Cultrix LTDA, 1964.

MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 5ª. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina (Org.) **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 19-42.

MELLO, Paulo Cezar Barbosa. Cotidiano tecnologicamente criativo: internet, multimídia, hipermídia. In: BERTOMEU, João Vicente Cegato (Org.). **Criação visual e multimídia**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. p. 20-35.

MENA, Fernanda; PLIGER, Marcelo. Siga o caminho das notícias na era das multiplataformas. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 19 fev. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/878056-siga-o-caminho-das-noticias-na-era-das-multiplataformas.shtml>>. Acesso em: 04 dez. 2014.

MIELNICZUK, Luciana. **A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate**. 2002. 246 f. Tese (Pós-com Ciberultura) Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_mielniczuk_piramides_invertidas.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2013.

_____. **Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246 f. Tese (Pós-com Ciberultura). Universidade Federal da Bahia Salvador. 2003.

MIÉGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web**: produção e edição de notícias online. 2ª. ed. – ver. ampl. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

MORAES, Ary. **Infografia**: história, e projeto. São Paulo: Blucher, 2013.

MORA, Gerson. **Jornalistas e infografistas**: uma relação de amor e ódio. 2012
Disponível em: <<http://visualoop.com/br/3152/jornalistas-e-infografistas-uma-relacao-de-amor-e-odio>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

MOREL, Marco & BARROS, Mariana Monteiro de. **Palavra, Imagem e Poder**: o surgimento da imprensa no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MOURA, Leonardo Souza de. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Livros LabCom, 2011.

PARRAT, Sonia Fernández. El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación. In: **Revista Zer** (11), 2001.
Disponível em: <<http://www.ehu.es/zer/zer11web/sferparrat.htm>>. Acesso em: 10 out. 2014.

PATU, Gustavo; KANNO, Mário. Raio X do trabalho no Brasil. **Folha de São Paulo**, São Paulo. Maio 2014. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/05/82458-raio-x-do-trabalho-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 15 maio. 2014.

PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. Tradução de Paulo Rocha Dias. Estudos em jornalismo e mídia, **Revista Acadêmica do Programa de Pós-Graduação em jornalismo e Mídia**, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 11-30, 2 sem. 2004.

PEDROZA, Natan; LIMA, Patrícia; NICOLAU, Marcos. **Tratamento da informação no webjornalismo**: a infografia e o uso de ferramentas digitais. 2013. Disponível em:
<http://www.insite.pro.br/2013/Agosto/informacao_webjornalismo_infografia.pdf>. Acesso: 03 set. 2013.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PELTZER, G. **Jornalismo Iconográfico**. Lisboa: Planeta, 1991.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Estendendo McLuhan**: da aldeia à teia global- Comunicação, Memória e Tecnologia. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. – [Reimpr.]. – Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: Comunicação. Cibercultura. Cognição. 2ª. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Editora Insular/PosJor - UFSC, 2005.

RAYMUNDO, Rafael Tourinho. Infográfico webjornalístico: sistematização de conceitos. In: **6º interprogramas de Mestrado Faculdade Cásper Líbero**. 2010. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Rafael-Tourinho-Raymundo.pdf>>. Acesso: 05 abr. 2014.

REGIS, Fátima; MESSIAS, José. Comunicação, tecnologia e cognição: rearticulando homem, mundo e pensamento. In: REGIS, Fátima; ORTIZ, Anderson, AFFONSO, Luiz Carlos; TIMPONI, Raquel (Orgs). **Tecnologias de comunicação e cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 23-51.

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: 3 mar. 2014.

_____. **A narrativa webjornalística**: um estudo sobre modelos de composição no ciberespaço. 2005. 194 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2005.

_____. Ser Infográfico: Apropriações e Limites do Conceito de Infografia no Campo do Jornalismo. In: **Encontro nacional de pesquisadores em jornalismo - sbpjour**, 3., 2005, Florianópolis. Anais... Florianópolis, 2005. Maisculo? sigla

RIBEIRO, Susana Almeida. **Infografia de imprensa**. Coimbra: Minerva, 2008.

RODRIGO ALSINA, M. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

RODRIGUES, Carla. **Jornalismo online**: modos de fazer. Rio de Janeiro: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Adriana Alves, **Infografia em base de dados no jornalismo digital**. 2008. Disponível em: <http://infografiaembasededados.files.wordpress.com/2008/11/individual_02_adrianaalvesrodriques2.pdf>. Acesso em 21 jul. 2013.

_____. **Infografia interativa em base de dados no jornalismo digital**. Salvador. 2009. 130 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). — Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2009.

_____. **Visualização de dados na construção infográfica**: abordagem sobre um objeto em mutação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1783-1.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 014.

_____. **As potencializações e especificidades do infográfico multimídia como gênero jornalístico no ciberespaço.** Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-2976-1.pdf>>. Acesso em 12 maio. 2014.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redación periodística en internet.** Barcelona: EUNSA, 2005.

SANCHO, José Luis Valero. **La infografía:** Técnicas, análisis y usos periodísticos. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SEIXAS, Lia. **Gêneros jornalísticos digitais:** Um estudo das práticas discursivas no ambiente digital, 2004. Disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/liaseixas2004.doc>>.

Acesso em: 25 out. 2014.

SCHMITT, Valdenice. **A infografia jornalística na ciência e tecnologia:** um experimento com estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2006. Dissertação. Universidade Federal de Santa Catarina.

SCHUDSON, M. **The Power of News.** Cambridge/Londres: Harvard University Press, 1999.

SHOEMAKER, Pamela J. Prefácio. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs). **Critérios de Noticiabilidade:** problemas, conceitos e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. p. 15-22.

SILVA, Gilmar. **Novos jornalistas:** para entender os jornalistas hoje. 2010. Disponível em:

<<http://paraentenderojornalismohoje.blogspot.com.br/2010/09/e-book-para-download.html>>.

Acesso em: 2 mar. 2014.

SILVA, Marcos Paulo. Perspectivas históricas da análise da noticiabilidade. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs). **Critérios de Noticiabilidade:** problemas, conceitos e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. p. 25-38.

SQUIRRA, S. Convergências tecnológicas, mídias aditivas e espiralação de conteúdos jornalísticos. In: LONGHI, Raquel; d' ANDRÉA, Carlos (Org.). **Jornalismo convergente:** reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012.

SOJO, Carlos Abreu. Periodismo Iconográfico: ¿Es la infografía un género periodístico? **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna, Tenerife, n. 51, jun.-sept. 2002.

<Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria linear e em rede. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

SOUSA, J. **Construindo uma teoria do jornalismo**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, Biblioteca OnLine de Ciências da Comunicação (SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2002. <Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2014.

STÜRMER, Helena; PASQUAL, Lucas; TEIXEIRA, Tattiana. **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 nov. 2013.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978.

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 Fronteiras –Estudos Midiáticos**- Unisinos, 2007. Disponível em: <http://www.nupejoc.cce.ufsc.br/paginas/produ/tattiana_frenteiras.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2014.

_____. **Infografia e jornalismo**: conceitos, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.

THOMPSON, Jonh. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. **Teorias do Jornalismo** Vol 2. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transnacional. 2º ed. Florianópolis: Insular, 2008.

_____. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são. 3ª. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2012.

White, D. “O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias”, 1950 In: Traquina, N. **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Veja, 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5ª. ed. Lisboa: Presença, 2002.

WU, Tim. **Império da comunicação**: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.