

História da Segunda Guerra Mundial interativa e heterogênea¹

Kérley Winques²

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

Resumo

A I Guerra Mundial e a II Guerra Mundial são os conflitos mais importantes do século XX. O presente artigo tem como objetivo estudar o especial multimídia disponibilizado pelo Zero Hora do ClicRBS, sobre os 70 anos da Segunda Guerra Mundial. Para isso tal investigação constitui-se de 02 etapas: 1) uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia, interatividade e os novos formatos multimídia do jornalismo frente as tecnologias digitais; 2) a apreciação do especial multimídia sobre os 70 anos da Segunda Guerra Mundial, a partir da retirada e comparação das chaves de leitura. A análise permite a observação de que o material se constitui de um conjunto de infográficos, articulados a partir de um banco de dados, apresentando-se como uma nova narrativa jornalística, onde a notícia se torna dinâmica com elementos que a tornam visual e heterogênea, sem deixar de ser jornalismo.

Palavras-chave: 1. Mídia; 2. Cibercultura; 3. Interatividade; 4. Webjornalismo; 5. Infográfico.

1. Jornalismo online

Televisão, rádio, jornal, revista e internet. Meios ou plataformas de comunicação que compõem os suportes tecnológicos por meio dos quais o discurso midiático se revela, e que possibilitam à sociedade manter-se informada sobre o que acontece ao seu redor, onde tudo é instantâneo e está em movimento. Segundo Castells, vive-se hoje a era da informação, onde as tecnologias constituem uma nova estrutura social em rede:

A era da informação é nossa era. É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com interdependência global desta atividade (CASTELLS, 2006. p. 225).

¹Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Graduada (2013) no Curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo - UPF, email: ker.winqes@gmail.com

A internet trouxe uma nova perspectiva da realidade, as fronteiras foram diluídas. Para Augé, o resultado disso é a sensação de que o planeta se encolhe. “Estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz” (2006, p. 105) e essa propagação faz com que os continentes, os países, interajam uns com os outros, e permite às pessoas conhecerem diferentes culturas. Segundo Kellner, “hoje, em todo o planeta, mesmo nos países em desenvolvimento, vivemos em uma sociedade de infoentretenimento cada vez mais expansiva, uma economia interligada em rede e uma nova tecnocultura da Internet.” (2006, p. 144).

A internet, hoje, é uma das principais plataformas que o ser humano usa para se comunicar. Para Lévy (2000), a cultura é uma rede, formada de correspondências entre sistemas simbólicos. Esse sistema constitui a dimensão do sentido do homem, que atualiza essa cultura. As pessoas a cada dia buscam a inovação, dentro deste contexto de criação, Lévy (2000) fala que os humanos adaptam, reparam e transformam esses sistemas simbólicos. É nessa adaptação e transformação dos símbolos que nasceu a cibercultura.

Um conjunto de nós é encontrado na internet, que são o hipertexto, materializado em sites, blogs, redes sociais, canais etc, através dos quais é possível navegar. Lévy (1993) observa seis princípios para o hipertexto. O primeiro é o *princípio da metamorfose*, cujos preceitos destacam que a rede hipertextual está em constante construção e renegociação. O segundo princípio, o da *heterogeneidade*, revela que é possível encontrar diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, que seriam as imagens, os sons, as palavras, as diversas sensações, os modelos etc, reunidas em um único produto. O terceiro princípio proposto por Lévy (1993) é o da *multiplicidade e de encaixe das escalas*, no qual os nós ou as conexões, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede. No quarto, o *princípio da exterioridade*, o autor aponta que o tecido da rede não tem nenhuma unidade orgânica nem motor interno, é alimentada externamente. No quinto princípio, o da *topologia*, tudo funciona por proximidade, a direção dos acontecimentos é uma questão de disposição dos elementos que integram a rede. No sexto e último princípio, chamado princípio da *mobilidade dos centros*, Lévy (1993) observa que a rede possui permanentemente múltiplos centros, e esses são móveis, saltando de um lado para outro.

Após os seis princípios citados por Lévy, é importante observar que o hipertexto assim se articula porque é formado por links, e são esses links que permitem ao usuário navegar na rede, caracterizando essa relação como um processo interativo, como lembra Machado (2013). Tal concepção é corroborada por Primo e Cassol (2013), quando afirmam

que é a através do computador – que os usuários podem colaborar modificando a forma e o conteúdo das mensagens disponíveis na rede em tempo real. Machado, em seu artigo, faz referência ao autor Cannito, que classifica a interatividade em três níveis diferentes:

Reativa: O espectador reage ao vídeo fazendo escolhas predefinidas pelo produtor e não é considerado uma interação elevada.

Coativa: É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido.

Proativa: Considerado um alto grau de interatividade, o usuário pode tanto mudar a estrutura quanto o conteúdo do vídeo, tornando-se também um produtor alimentando o ambiente com suas criações audiovisuais. (CANNITO apud MACHADO, 2013, p. 04).³

Trata-se de três níveis de relação entre os interlocutores e as mensagens por eles compartilhadas, tornando cada um deles criador do conteúdo, responsável por decidir os caminhos da notícia, e usando de diferentes recursos pode construir diferentes direções para seguir. Nesse ambiente, Primo avalia a questão, apontando que “se antes participação rimava com discussão, hoje participar rima com apontar-clicar. Nesse cenário, quanto mais “clicável” é um *site*, mais interativo ele será considerado (mesmo que todas as reações dos *links* e botões já estejam determinadas na programação/previsão)” (2013, p. 03).

Há muitos canais através dos quais é possível distribuir informações para o público, tais como o jornal impresso, a televisão e o rádio. Entretanto, todos eles podem ser ressignificados com a chegada da internet, que vem se tornando uma das grandes plataformas de comunicação contemporânea, onde o jornalismo, como tantas outras atividades sociais, se faz presente. Para Longhi (2013), às mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que provocaram a imprensa tradicional a desenvolver novas formas de atrair leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de conteúdo. Agora o texto se conecta ao áudio da rádio, às imagens da televisão e as fotos do impresso. Nesse sentido, Longhi (2013) diz que o espectro da convergência, no cenário do webjornalismo, é ampliado para a circulação e, ao citar González (2013), afirma que quando um meio inicia a convergência, busca aumentar as possibilidades de compartilhamento da informação através de todos os meios possíveis.

A evolução na comunicação juntamente com a chegada da internet e a criação dos cibermundos fez nascer a interatividade e o webjornalismo evoluiu junto com essa linguagem de signos da web. Nessa adaptação do jornalismo à internet e considerada a

³ Essa classificação do autor é feita principalmente em relação a vídeos

exigência de seus usuários, foi necessário que novas formas de construção da notícia fossem adotadas na comunicação. Os recursos de infografia vêm fazendo parte das informações desse ciberjornalismo.

As novas tecnologias proporcionam infográficos cada vez mais completos e interativos, essa é uma forma inovadora de passar informações no webjornalismo. Teixeira cita Errea e afirma que “O poder da infografia é imenso e significa literalmente que há um mundo de formatos a explorar. Em definitivo, a chave está tanto nas histórias que se contam – o segredo de sempre – e em como se contam. A novidade: adequar as histórias a uma narrativa” (ERREA apud TEIXEIRA, 2010, p. 30).

Considerada uma narrativa jornalística por Teixeira (2010), o infográfico constitui a união de texto com a imagem para explicar um fato ou complementar reportagens e notícias, além de ser usado para explicar casos ou conteúdos de difícil compreensão para o público. Em um infográfico se o texto for separado da imagem não será mais infografia, uma vez que a ausência de um desses dois elementos exclui a possibilidade de compreensão do texto. A autora ainda afirma que “um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas entre outros” (TEIXEIRA, 2010, p. 33).

A partir dessa descrição de narrativa e elementos da infografia, Teixeira (2010) divide os infográficos em dois grandes grupos: os enciclopédicos e os jornalísticos. Os enciclopédicos têm caráter mais universal, explicam o funcionamento do corpo humano, o que é ciranda financeira, e muitas outras questões ligadas à ciência, à economia e ao meio ambiente, dentre outros. Já os jornalísticos estão ligados a aspectos mais singulares, tais como fatos, ideias ou situações. Essa singularidade é aquilo que faz com que determinado fenômeno seja único, de tal forma que um infográfico construído para demonstrar um acidente dificilmente será usado em outros acidentes, uma vez que não acontecem acidentes exatamente iguais, com a mesma história ou causa.

Após essa divisão em grandes grupos, Teixeira ainda divide os infográficos em complementares e independentes. O complementar “diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, nesse caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão de algo, possibilitando a contextualização mais detalhada” (2010, p. 52). Este costuma ser indispensável na matéria, pois trás esclarecimentos que seriam maçantes ou confusos se fossem explicados usando uma narrativa textual. Já os independentes segundo Teixeira (2010), são caracterizados por

não acompanham reportagens ou notícias, geralmente são respostas a curiosidades e ainda usados para explicar e sistematizar informações, seja fenômenos biológicos ou físicos, inovações tecnológicas, e assim sucessivamente. Ainda sobre esse último tipo, a autora destaca sua aproximação com o grupo jornalístico, destacando que eram raros até recentemente e que “Aparecem como uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto compõem um infográfico complexo.” (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Teixeira (2013) e Figueiredo (2013) defendem uma relação entre forma e conteúdo. A primeira elenca “as características que podem transformar a infografia digital em um gênero jornalístico visual a partir da (1) utilidade (informativa, significativa, funcional e concordante) e da (2) visualidade (compreensível, estética, icônica, reológica – o estudo do seu dinamismo – e tipográfica verbal)” (2013, p. 7).

A hipertextualidade está cada vez mais presente no jornalismo, pois ela abre caminhos diferentes para o leitor, que pode escolher de que forma quer dar sequência à sua leitura. O hipertextual proporciona a interatividade, assim, os infográficos inseridos na web se tornam cada vez mais interativos, usando dos mais variados elementos e ferramentas.

A evolução do infográfico na internet, segundo Amaral, acontece a partir de três momentos:

no primeiro, há transposição do modelo de infográfico original (impresso), no segundo, há uma tentativa de adaptação ao *webjornalismo* mesclando características (impresso + web) para criar o infográfico, e o terceiro, onde há exemplares de infográficos que apontam a modalidade jornalística adaptada ao jornalismo praticado no meio (2013, p.116).

O autor ainda divide o terceiro momento em duas partes, que Amaral (2013) chama de terceira e quarta gerações dos infográficos.

Ambas representam a fase de adequação do infográfico jornalístico às características do *webjornalismo*, mas observamos que há diferenças em relação aos recursos utilizados na narrativa dos infográficos. Destacamos a multimídia na terceira geração, e a interatividade e a consequente personalização de conteúdo na quarta geração (AMARAL, 2013, p. 118).

A evolução do infografia na web não foi somente construída por Amaral, a autora Rodrigues (2013) também faz uma construção das gerações do infográfico na internet. Essa

construção foi feita em forma de um quadro, do qual serão retiradas as informações chaves dessas três fases propostas por Rodrigues.

Primeira fase - Infográficos lineares: “Opera na logística do impresso e não apresenta nenhum tipo de avanço quanto à incrementação da narrativa visual, em que tanto a apresentação quanto a leitura é totalmente linear.” (RODRIGUES, 2013, p. 35).

Segunda fase – Infográficos multimídias: “Esta fase é marcada pela introdução de elementos multimídias, quais sejam imagens em movimento, gravação sonora, ilustração, fotografia, vídeos e outros recursos interativos.” (RODRIGUES, 2013, p. 35). A autora prossegue destacando que “A leitura passaria de linear para multilinear ou não linear em que a interatividade, ou seja, a possibilidade de guiar a leitura e interagir com o infográfico, é mais potencializada.” (2013, p. 36).

Terceira fase – Infográficos em base de dados: “Este tipo de gráfico tem um maior grau de interatividade e também vem explorando aplicativos da Web 2.0 disponíveis como o *Google Maps, Mashups, Flickr, Google Earth* oferecendo um maior *dinamismo* quanto à visualização da informação ou dos dados.” (RODRIGUES, 2013, p.36). Merece ainda destaque o fato de que “São infográficos que estão num estágio mais avançado do que os demais por recuperar base de dados internas ou do ciberespaço para construção dos gráficos e representam uma tendência ao uso mais sistemático na fase atual da infografia interativa.” (RODRIGUES, 2013, p.36).

A partir das colocações de Amaral e Rodrigues, pode-se concluir que a infografia, assim como o jornalismo, quebra seus modelos com as antigas formas de produção da notícia. A evolução da internet proporciona à informação mais dinamismo, assim, podem ser acrescentados diferentes elementos, unindo movimento e interação.

1.2 Análise

Inicia-se agora a análise do infográfico sobre os 70 anos da Segunda Guerra Mundial⁴, neste ano (2014) a Segunda Guerra Mundial completa 75 anos, e a Primeira Guerra Mundial completa seu centenário (100 anos), porém, o espacial multimídia fala sobre os 70 anos de um dos conflitos mais importante da história moderna. O material foi

⁴Disponível em: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

publicado pelo Zero Hora do ClicRBS. Trata-se de um especial que faz um convite ao leitor para navegar e conhecer a história da Segunda Guerra, o infográfico inicia com uma simulação - no modelo de um videogame – onde as cenas são de alguns momentos da Guerra, essa simulação convida e chama o usuário para a leitura, unindo assim conteúdo histórico e uma nova narrativa através da qual a história pode ser apresentada.

O Zero Hora, tradicional jornal brasileiro do Grupo RBS e com circulação no Rio Grande do Sul, fundado em 04 de maio de 1964, também possui um portal de notícias brasileiro: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/>. O site destaca-se por sua credibilidade com relação as informações, e por seu conteúdo interativo com grande número de especiais multimídia.

Para a análise do infográfico citado observamos as seguintes chaves de leitura encontradas no item inicial desta pesquisa: a) princípios do hipertexto, segundo Levý; b) tipos de infográficos, baseando-se principalmente nas reflexões de Teixeira; c) visualidade e utilidade, segundo Teixeira e Figueiredo; d) interatividade, conforme Primo; e e) as fases da infografia, baseando-se nas colocações de Rodrigues.

1.2.1 Infografia 70 anos da Segunda Guerra Mundial⁵

A partir da observação inicial percebemos que o especial multimídia é constituído por diversas janelas interativas, somando um total de sete (07) janelas, mesclando animações, textos, vídeos e fotos. Seu design lembra um cartaz rasgado, o leitor sente-se atraído pelas chamadas, cada janela revela uma parte da história, um depoimento diferente, um mapa, uma situação vivida, etc. E essas janelas não seguem uma linearidade, o leitor é quem tece seu caminho.

⁵ Disponível em: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html



Figura 1: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

Acessando o ícone “A Guerra do Século 20” é encontrada uma cronologia que vai do ano de 1939 até 1945. Voltando até a página inicial do infográfico, o leitor tem a opção de seguir “Holocausto – O horror em Auschwitz”, “O Brasil na Guerra a Cobra Fumou”, “Stalingrado – A virada Aliada”, “O mundo em alerta a Expansão Nazista”, “Expediente” e “Extras”. Ao clicar em cada janela o leitor depara-se com imagens, vídeos, áudio, mapas e ainda na chamada “Extras” têm listas de games, filmes e livros ligados à criação do infográfico e a Segunda Guerra.

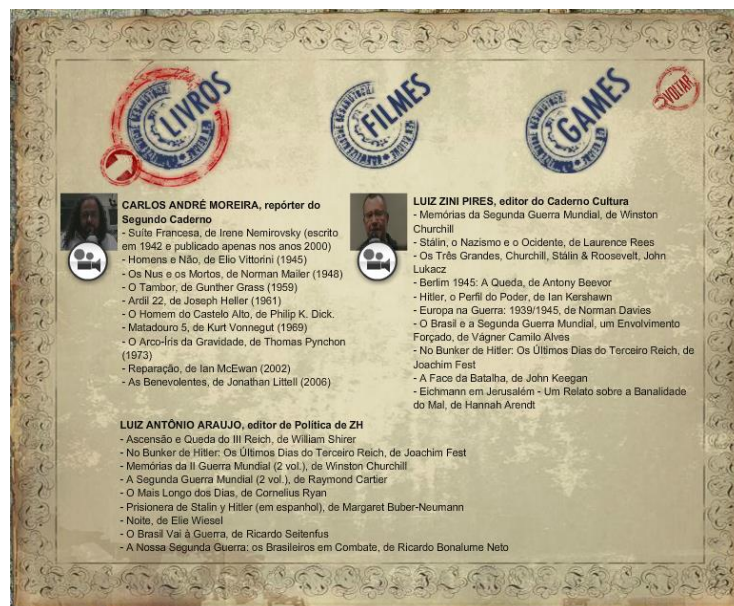


Figura 2: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

a) Quanto aos princípios do hipertexto

Considerando as observações de Levy (1993) sob características da cibercultura e à sua linguagem propriamente dita, identificamos os princípios do hipertexto no especial multimídia.

A heterogeneidade revela-se a partir do conjunto dos materiais apresentados, onde é possível encontrar as diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, quais sejam imagens, vídeos, fotos, ilustrações, animações e palavras, que não concorrem, mas dialogam entre si. O texto verbal se manifesta principalmente em forma de legenda, que surge na medida em que o usuário avança na leitura. As reconstituições são usadas principalmente para mostrar os Campos de Concentração, a Virada Aliada, a Luta nos Escombros e o Mundo em Alerta – onde a base de dados é a ferramenta principal. As animações e ilustrações apresentam os acontecimentos que não foram fotografados ou filmados. E, ainda o depoimento em forma de vídeo de Klaus Oliven que presenciou diversos acontecimentos e perseguições, emociona o leitor e apresenta histórias de primos, amigos e familiares. Unindo assim texto, vídeo, fotos, animações, reconstituições e áudio.



Figura 3: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

O princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas aparece em contiguidade ao anterior (da heterogeneidade), uma vez que essa diversidade de estruturas, linguagens e

suportes está em convergência, gerando múltiplas informações conectadas umas nas outras pela lógica da proximidade e associação (topologia). Tem-se assim uma rede de nós. É também esta natureza de nós, que permite a evidência do princípio da metamorfose, embora neste caso, de modo limitado, pois o usuário pode ir daqui ali, por diferentes links, construindo caminhos distintos e reconfiguráveis durante a navegação, o que o torna co-autor do texto acessado (princípio da exterioridade por meio da interação). Mas limitado porque não há conexão entre os infográficos. Cada qual está encerrado em si mesmo, restringindo também a mobilidade dos centros, pois a cada novo acesso, há um conjunto circunstancial de possibilidades de navegação, reduzido pela ausência de alguns nós. Essa condição também revela a fragilidade dos aspectos de topologia no material apresentado, uma vez que conteúdos que revelam uma relação de proximidade não estão conectados uns aos outros, por meio dos links. Nesse caso, toda narrativa está ligada à página inicial do infográfico.

b) Quanto ao tipo de infográfico

Por ser constituído de sete (07) infográficos, este especial multimídia pode ser observado sobre dois (02) aspectos diferentes: a) por um lado, o conjunto multimídia, pode ser considerado independente, já que foi criado em uma página específica para ele, não tem uma reportagem que o antecede ou que faça parte da mesma página; b) por outro, como se trata de um conjunto de sete (07) infográficos, um torna-se complementar ao outro, já que não há um novo nível introdutório para cada um.

Trata-se ainda de um infográfico jornalístico, pois está ligado a um aspecto mais singular, um fato ou uma situação real, de interesse do público principalmente por fazer parte da história do mundo. Essa singularidade é aquilo que faz com que essa Guerra seja única, não sendo possível, por conseguinte, que esse infográfico fosse usado para demonstrar outra Segunda Guerra, que dificilmente aconteceria da mesma forma.

c) Quanto à visualidade e à utilidade

Este especial multimídia e interativo pode ser considerado uma infografia com a característica da visualidade. As animações da reconstituição da Guerra e dos Conflitos tornam esse um infográfico visual, as pessoas seguem a leitura e encontram fotos, textos, vídeos, criando todo um conceito histórico do acontecimento. Sentem-se presas à mensagem visual e interativa que o infográfico proporciona aos olhos do leitor.

d) Quanto à interatividade

A relação entre o usuário e a narrativa pode ser considerada uma interatividade no nível coativo, no qual “É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido.” (CANNITO, apud MACHADO, 2013, p. 04), ou seja, o leitor reage à animação, fazendo escolhas do conteúdo que mais chamou sua atenção no momento do acesso ao infográfico. Dessa forma, é considerada uma interação de nível médio, pois em uma interação mais elevada o leitor poderia mudar o conteúdo, mas, apesar disso o leitor pode escolher o caminho que deseja seguir.

Nesta infografia o leitor pode abrir abas, seguir rotas em mapas, clicar em vídeos, e desta forma, vai adquirindo conhecimento de forma dinâmica e interativa. Onde a história se constrói à medida que o usuário vai clicando, aqui e ali.

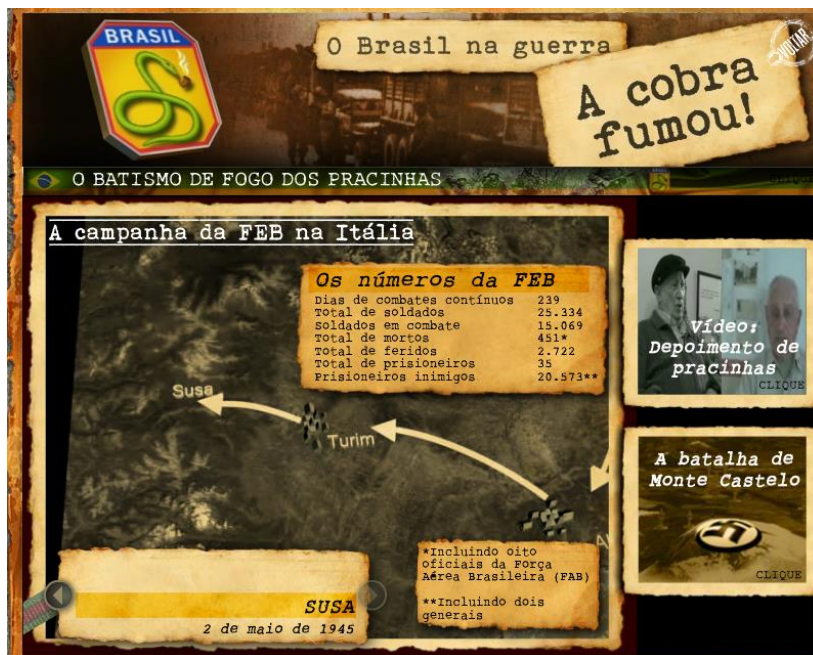


Figura 4: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

e) Fases da Infografia

O especial multimídia construído pelo Zero Hora destaca-se em duas fases da infografia. Na segunda fase marcada por infográficos multimídia, que é marcada por imagens em movimento, áudio, fotos, ilustrações entre outros recursos interativos. Nesta fase a interatividade também se faz presente, no infográfico da Segunda Guerra, onde o leitor pode optar por qual caminho seguir, ler, interagir e descobrir.

A terceira fase também merece destaque no infográfico da Zero Hora. Principalmente na janela A Virada Aliada, O Brasil na Guerra e o Mundo em Alerta. Nessas três janelas mapas são usados para reconstituir rotas e países aliados. Esse é um recurso da Web2.0 e que é elemento fundamental na construção da história no imaginário do leitor, assim o usuário se localiza no mapa e segue as linhas das rotas realizadas no período da Guerra.



Figura 5: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/especial_segunda_guerra/index.html

1.3 Considerações finais

Depois do estudo proposto, dois aspectos destacam-se nas considerações que podem ser tecidas: 1) a relação entre a produção de conteúdo jornalístico e a disponibilidade de bancos de dados onde o passado e o presente possam ser cruzados instantaneamente, potencializa-se com a chegada das mídias digitais, como bem lembrou Suzana Barbosa (2008). Segundo a autora, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, tornando-se uma forma cultural simbólica que permite o resgate do passado histórico, por exemplo, a partir de uma nova combinação, estruturada pelos nós e pela interatividade e potencializada pelos especiais multimídia. Dessa forma, o jornalismo se reinventa, a notícia se torna dinâmica e

repleta de elementos que a tornam visual e heterogênea, possibilitando, pela diversidade de informações conectadas e de caminhos disponíveis a ressignificação dos conteúdos e até da memória histórica. Entretanto, devido à complexidade dessa abordagem, a contemplaremos em outro momento da pesquisa, quando os diferentes referências teóricos já estiverem sido levantados e articulados.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. Sobre modernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade Midiatizada*. (org.) [Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel]. – Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 99-117.

AMARAL, Ricardo Castilhos Gomes. Infográfico jornalístico de terceira geração: Análise do uso da multimídia na infografia. Tese (Mestrado) Disponível em: <http://antiga.posjor.ufsc.br/images/dissertacoes/ricardo.pdf>. Acesso em: 17 maio 2013.

BARBOSA, Suzana de Oliveira. Jornalismo Digital em Ambientes Dinâmicos. Propriedades, rupturas e potencialidades do Modelo JDBD. In: Observatorio (OBS*) Journal, 4 (2008).

CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiática*. (Org.) Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 225-231.

FIGUEIREDO, Suely. *Analisando infográficos*. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/iiiisbpjour2005_-_cc_-_tattiana_teixeira_-_suely_figueiredo.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiática*. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 119-147.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. A internet e a crise do sentido. In: PELLANDA, Nize Maria Campos e PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 21-35

LONGHI, Raquel Rither. *Webnotícia e linguagem hipermídia: como conta o jornalismo online*. Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/files/2012/01/projeto-RAQUEL.pdf>. Acesso em: 26 maio 2013.

MACHADO, Augusto, SANTOS, Layse e Tanaka, Misaki. *O potencial do vídeo interativo nas novas mídias*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0935-1.pdf>. Acesso em: 07 maio 2013.

PRIMO, Alex; CASSOL, Márcio. *Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias*. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756> Acesso em: 07 maio 2013.

RODRIGUES, Adriana Alves. *Infografia interativa em base de dados no jornalismo digital*. Tese (Pós-Graduação) Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/03/AdrianaAlvesRodriguesDisserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 18 maio 2013.

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

_____. *Metodologias de Pesquisa sobre Inforafia no Jornalismo Digital - uma análise preliminar*. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_2_.tattiana_teixeira.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013