

A CONTRIBUIÇÃO DA INFOGRAFIA NO JORNALISMO DIGITAL PARA A PREVENÇÃO DO COVID-19 NOS PORTAIS ESTADÃO E NSC TOTAL

THE CONTRIBUTION OF INFOGRAPHY IN DIGITAL JOURNALISM FOR THE PREVENTION OF COVID-19 IN THE PORTALS ESTADÃO AND NSC TOTAL

Nátaly Regina Lopes - Centro Universitário Sociesc de Blumenau -
natalyreginalopes@hotmail.com

Gisele Baumgarten Rosumek - Centro Universitário Sociesc de Blumenau -
gisele.baumgarten@gmail.com

Marta Brod - Centro Universitário Sociesc de Blumenau - martabrod@gmail.com

Resumo:

Da mesma forma que a notícia online tem um papel importante de manter as pessoas atualizadas, os elementos que a compõem também estão inseridos neste contexto. A infografia tem sido utilizada no jornalismo digital. Por isso, o presente estudo tem o objetivo de identificar as contribuições dos infográficos no discurso jornalístico online, como conteúdo visual na recepção e interpretação das informações. A observação da infografia realizada pelos portais Estadão e NSC Total, com assuntos convergentes - prevenção do Covid-19, associa-se às análises teóricas sobre: design visual de notícia; uso e importância dos infográficos nas matérias; acessibilidade do conteúdo no contexto de página. Como principais resultados do estudo destaca-se a constatação do uso da infografia para ajudar o leitor no processamento da informação, especialmente no caso de um assunto novo para a atualidade e às pessoas, que sejam complexos ou exijam alguma aprendizagem, como foi o caso do assunto referente ao uso de máscara na prevenção à Covid-19.

Palavras-chave: Jornalismo digital. Design de notícias. Infografia digital. Prevenção à Covid-19.

Abstract:

In the same way that the web news has an important role in keeping people updated, the elements that compose it are also inserted in this context. Infographics have been used in digital journalism. Therefore, the present study aims to identify the contributions of infographics in online journalistic discourse, as visual content in the reception and interpretation of information. The observation of the infographics carried out by the Estadão and NSC Total portals, with converging subjects - Covid-19 prevention, is associated with theoretical analyzes on: visual news design; use and importance of infographics in the materials; accessibility of content in the context of the page. The main results of the study include the finding of the use of infographics to help the reader in the processing of information, especially in the case of a new subject for today and people, who are complex or require some learning, was the case of the subject use of a mask to prevent Covid-19.

Keywords: Digital journalism. News design. Digital infographics. Covid-19 prevention.

1. INTRODUÇÃO

Com o advento da internet, não somente o jornalismo tem sido constantemente adaptado, mas o processo de produção e recepção do conteúdo visual também passou por diversas atualizações. A infografia é um dos recursos inseridos por portais e sites de notícias, a fim de efetuar sua responsabilidade informativa com mais alcance. A imersão da multimídia está atrelada tanto ao modo de fazer jornalismo, quanto à noticiabilidade de interesse público. Inclusive, o investimento do design visual tomou uma proporção muito grande nas áreas de comunicação ao longo do tempo. No jornalismo digital não é diferente. As reportagens que contêm uma densidade de informações podem ser planejadas para a distribuição dessas em infográficos, ao invés de agrupá-las em texto corrido. Porém requer um processo mais elaborado por parte da editoria responsável. Este tem sido potencializado como um dos importantes recursos do jornalismo (LIMA, 2015).

Em decorrência disso, os conceitos teóricos explorados na presente pesquisa conceitualizam: a) a aplicabilidade do design de notícia e recursos visuais (foto, ilustração, gráficos e infográficos) no jornalismo e suas características; b) a relação da infografia a partir do design visual no discurso jornalístico; c) a decodificação de informações textuais e não-textuais; d) os tipos e classificações de infográficos, bem como suas propriedades e definições; e) o processo da infografia no jornalismo digital e o seu objetivo elementar; f) os recursos digitais da infografia e a contemporaneidade das ferramentas de acesso.

As etapas de funcionamento do design visual de notícia presentes no artigo, também tiveram as contribuições das análises feitas por Freire (2006), Lima (2015) e outros autores. No tocante à infografia e seu uso nas matérias, encontram-se por exemplo, Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015, p. 1064) e Bernardes e Scoz (2018) com suas consecutivas definições. Nesse sentido, o presente estudo possui sua contribuição com o objetivo de identificar a importância dada

para a infografia digital como conteúdo visual na recepção e interpretação das informações pelos veículos de jornalismo Estadão e NSC Total - Diário Catarinense (DC).

O Estadão e o NSC Total (DC), sendo portais nacional e estadual, respectivamente, foram escolhidos pois estão entre os veículos que utilizaram infográficos para informar. Dentre estes assuntos, um que tem obtido grande espaço no noticiário do ano deste estudo são as prevenções do Covid-19, portanto o tema escolhido para o recorte desta pesquisa.

O presente artigo está subdividido em capítulos. O primeiro capítulo apresenta e contextualiza o tema sugerido nesta introdução. O segundo refere-se à fundamentação teórica, contendo definições científicas analisadas e encontradas na revisão de literatura. O terceiro aborda os procedimentos metodológicos que consistiram na investigação da presente pesquisa. Já o quarto trata do desenvolvimento de análise prática, com base no segundo capítulo. Por último, o quinto capítulo, que apresenta as considerações finais, bem como o objetivo atingido, as limitações da pesquisa e possíveis alternativas de estudos futuros.

2. O DESIGN DE NOTÍCIA E A INFOGRAFIA

Os consumidores de notícias, sejam estes internautas, leitores, telespectadores ou ouvintes, recebem a informação como produto final. Mas, até chegar nisto, a reportagem contém uma estruturação que demanda uma série de etapas, iniciando pela pauta até chegar à diagramação. A amplitude na concepção do produto ocorre no processo de design de notícias, assim como afirma Freire (2006). A partir do esboço, o planejamento das informações coletadas na reportagem dispõe-se gradualmente nas fases de protótipo, conhecido como layout, e por fim, nas de finalização e produção.

O design de notícias potencializa o assunto abordado na reportagem, além de organizar os conteúdos e atrair o público alvo. Freire (2006) entende que a produção textual precisa fazer sentido com o que é não-textual e que, desta forma, os critérios de noticiabilidade estão presentes na relação entre ambas. Como exemplo disso está a infografia, que é um dos gêneros de composição visual

utilizados pelo jornalismo. “Ao unificar elementos pictóricos, esquemáticos e texto escrito, a infografia se revela como um importante recurso de linguagem gráfica, adaptável às novas mídias e capaz de fazer frente à demanda de modernização da comunicação” (LIMA, 2015, p.1). A sincronização dos recursos visuais pré-estabelecidos no infográfico deriva da aplicabilidade da informação.

Ainda segundo Lima (2015), enquanto os elementos pictóricos são representados por figuras, desenhos ou fotografias abstratas e não abstratas, os elementos esquemáticos são definidos por formas, sejam estas geométricas, tabelas, gráficos, dentre outras, que viabilizam significados. Ambos os recursos podem ser associados à terceira classificação de elemento comumente inserida na infografia digital, a tipografia, sendo esta representada pelas linguagens verbal e numérica. Lima (2015) ainda percebe que um infográfico é o desenvolvimento mais avançado de um diagrama tradicional, por obterem os mesmos aspectos e que, a não-linearidade é uma das suas peculiaridades. No caso do diagrama, de acordo com Lima, o consumidor da informação tem a liberdade de escolher por qual trecho da narrativa iniciar, pois não há problemas de interferências na interpretação dos fatos.

Inclusive, Verón (2004) considera o “discurso” de uma notícia como um lugar de investimento de sentido, onde qualquer elemento significante (linguagem, imagem, etc.) pode contextualizar tal informação. Continuando seu ponto de vista, o emissor é chamado de enunciador, o receptor de destinatário ou co-enunciador, e a mensagem de enunciado. Ambos os conceitos de comunicação possuem a finalidade de alcançar o público-alvo. O contexto dos elementos selecionados desencadeia na interpretação feita pelo consumidor a partir do sentido macro do conjunto significante. O autor ainda considera essa variante como enunciado, que é distinta do termo “frase”, indicação de significados individuais.

Em decorrência disso, Freire (2006) analisa que tanto a diagramação de uma matéria quanto o projeto gráfico, nos quais estão contidos a tipografia, o esquema de cores e a ordem das informações, perpassa na classificação de frase para enunciado. Em sua concepção, outras características estão presentes no design, tais como a interatividade. Os veículos disponibilizam uma captação de opinião do consumidor, seja essa realizada através de e-mail, de comentários nas

reportagens publicadas, etc. O autor sugere ainda que o sentido visual do discurso jornalístico também está implicitamente relacionado ao contexto editorial e ideológico do veículo.

Nas questões visuais, o mesmo tema pode ser apresentado por diversos tipos de infográficos. Para Módolo (2007), infografia é a representação interativa e discursiva de informações verbais, numéricas, estatísticas, e não verbais presentes em editorias de Saúde, Tecnologia, Variedades, entre outras. Aliás, conforme Kanno (2013, p. 72), o que define a seleção do tipo de infográfico a ser adotado é a abordagem do assunto, não o assunto em si. A infografia chamada de “arte-texto” é aplicada quando a informação é melhor representada por palavras. O uso de fotos, ilustrações, cores e diagramação da página são bem-vindos, porém cuidando para não haver excessos visuais. O texto aqui é indispensável. Os elementos incluídos nesta classificação, segundo o autor, são: cronologia, dicas, escore, fac-símile, ficha, frases, glossário, lista, para entender o caso, perguntas e respostas, próximos passos, sobe-desce, tabela e teste.

A cronologia ou a “hora-a-hora” dispõe de linhas do tempo com as datas na vertical ou horizontal e imagens. O formato “dicas” seleciona as principais informações e os disponibiliza em tópicos curtos. Já o “escore” destaca um número relevante que contextualiza o enfoque, fazendo comparações com outros valores. O elemento “fac-símile” certifica trechos de documentos exclusivos investigados pelo jornalista. A “ficha” tem o objetivo de detalhar um personagem, seja esse uma pessoa, um objeto ou um evento, a fim de agilizar a leitura. As “frases” são opiniões sobre um assunto, acompanhado nos infográficos com fotos ou ilustrações. O glossário apresenta termos difíceis ou específicos imprescindíveis à reportagem.

Kanno (2013) também classifica a lista ou o ranking como formato do infográfico “arte-texto”. Como o próprio nome já diz, este tipo de elemento hierarquiza as informações de maneira cronológica, geográfica ou alfabética. O “para entender o caso” tem a função de lembrar um fato complexo ou antigo, por meio de tópicos numerados ou de um diagrama ilustrado com fotos. As “perguntas e respostas” são contidas no modelo de entrevista, que ajudam na inserção mais aprofundada e rápida do leitor na notícia. Outra opção é o “próximos passos”, que resume os próximos desfechos do fato. Já o denominado “sobe e desce” é uma lista em que os aspectos são contrastados com setas para cima e para baixo, ou com cores verde e vermelha.

A convencional “tabela” facilita a leitura de textos e números, mas Kanno (2013) considera menos atrativa para o público. Mas o formato de “teste” ou jogo é didático e interativo com o consumidor, como o design de quiz, por exemplo. Outro tipo de infografia é o de “mapas”, que responde onde o fato é mencionado, no qual estão algumas categorias. Engelhardt (2002, apud LIMA, 2015) compreende que o mapa representa uma superfície geográfica.

Dentre eles, Kanno (2013) diz que o “mapa de localização” tem o objetivo de localizar o tema de maneira geográfica, isso quando o local for desconhecido. Neste, pontos de referência são utilizados para representar uma determinada localização. Já o de “dados ou estatístico” tem o objetivo de facilitar a visualização das diferenças regionais tratadas na matéria. Por outro lado, tem o “mapa estilizado”, o qual não necessita dispor os detalhes geográficos, mas organiza as informações panoramicamente.

A grande quantidade de dados estatísticos podem ser analisados, mensurados e relatados em gráficos. Com isso, os leitores interpretam os números de forma coerente, evitando assim a complexidade da informação. Os gráficos, na visão de Lima (2015), possuem algumas características dos diagramas com atribuições diferentes. Os tipos mais comuns são de linha, barra e pizza. Kanno (2013) deduz que os termos presentes na reportagem, tais como evolução, queda, alta, baixa, entre outros, sugerem o uso do gráfico de linha. Porém, se o intuito da reportagem é mostrar a comparação de valores relevantes abordados (maior ou menor, quem mais ganhou ou cresceu), o gráfico de barras é indicado.

Até mesmo, segundo Kanno (2013), os números são mais enfatizados quando dispostos em barras horizontais. Por último o gráfico de pizza, que está relacionado à divisão ou distribuição de algo totalizante em 100%. É recomendado que ele contenha a quantidade máxima de cinco parcelas para o entendimento do consumidor.

Saindo dos gráficos, por fim há outro formato de infográfico e seus respectivos elementos: diagramas ilustrados. Estes, diferente das alternativas anteriores, não podem ser substituídos por fotografias ou um box (caixa) de texto. Isto porque, os diagramas são responsáveis por ilustrar os detalhes em “raio-x” de um objeto. Os cortes esquemáticos, por exemplo, apresentam o interior e

o exterior de um mesmo personagem (órgão interno do corpo humano, construção de um eletrodoméstico, etc.).

As artes-foto são denominadas quando fotografias são manipuladas para representar ambas as realidades de uma situação. Agora nos storyboards a narrativa é inserida em formato de histórias em quadrinhos (HQs). Os fluxogramas ou os elementos “passo a passo” ajudam os blocos de textos a ficarem mais elegantes e atrativos. “O fluxograma deve criar uma figura única que permita a imediata compreensão de todo o processo, destacando o título e os intertítulos de cada item. Quando trata de uma descrição mais linear do processo, cada etapa pode ser ilustrada” (KANNO, 2013, p. 105).

2.1 O PAPEL DA INFOGRAFIA NO JORNALISMO DIGITAL

Assim como a reportagem exige apuração e credibilidade, a infografia também segue a mesma linha de valores. Se nela for inserida uma imagem, mesmo sendo ilustrativa, o resultado necessita denotar veracidade. Aliás, para De Pablos (1999), embora o infográfico ilustra o que está sendo reportado pelo comunicador, seu objetivo é informar o “como” da notícia. Isto ocorre pois, o chamado lead, estrutura jornalística que disponibiliza a informação dos fatos pela ordem de relevância, tais como “o quê?”, “como”, “quem?”, “quando?”, “onde” e “por que?”, pode dispensar o apoio visual, sendo relatado por texto.

Porém, o infográfico permite contextualizar de qual forma se deu um determinado acontecimento, o que também pode ser abordado na narrativa dependendo da preferência do veículo. E não somente isso, Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015) identifica diferentes tipos de infográficos a partir das consecutivas perguntas que devem ser respondidas por ele, logo, com um olhar diferente mas complementar ao apresentado por Kanno (2013) no tópico anterior. O primeiro é o exploratório, que tem o objetivo de descrever um lugar, um objeto ou uma pessoa, partindo dos pressupostos “o quê?”, “quem?” e “onde?”. É possível encontrar infográficos

estatísticos, devido a mensuração de dados levantados na reportagem, ou até mesmo o detalhamento do assunto por perspectivas de mapas e plantas.

Já o segundo tipo definido por Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015) é o explanatório, que explica o funcionamento de algo ou a relação dos elementos em questão. As perguntas abordadas nessa classificação são “como?” e “por quê?”, transferidas em diagramas, fluxogramas ou em quadros de passo a passo. Ou seja, a relação dos símbolos dispostos no infográfico explica a informação fornecida pelo veículo de comunicação ou jornalista. Por último, o infográfico historiográfico tem a finalidade de contextualizar o fato ou a pessoa na História, por meio da pergunta “quando?”. As fotografias e as ilustrações são cabíveis nesta cronologia dos fatos, visto que, geralmente, quando trata-se de algo que já aconteceu, arquivos e acervos são documentados pelo veículo.

A linha editorial, por sua vez, define qual modelo de infográfico é o mais apropriado para uma determinada reportagem, sendo que o projeto gráfico é idealizado junto com a matéria. O objetivo da infografia é apresentar a informação de forma natural e interessante ao consumidor, como pensa Freire (2006). O uso da infografia, assim como ele argumenta, adianta a leitura e reduz a quantidade de texto no discurso jornalístico, em razão dos recursos visuais já mencionados anteriormente.

Como reflexo da sociedade atual, a instantaneidade no consumo de notícias estendeu-se para as plataformas digitais. O que até então era visualizado em jornais, revistas e televisões, atualmente a infografia tem alcançado as telas de smartphones, computadores e tablets. De acordo com Ribeiro (2008 apud BERNARDES; SCOZ, 2018), os infográficos digitais aplicados em dispositivos móveis estão na classificação de infografia online. Já os que são distribuídos em suporte de papel, fazem parte da infografia impressa, e por fim, há a infografia televisiva.

A implementação da computação gráfica no jornalismo possibilitou inúmeras estratégias organizacionais. Produtores de conteúdo, editores e jornalistas trabalham em equipe para efetuar o melhor resultado ao cliente final. Bernardes e Scoz (2018) avaliam que a infografia tem o dever de conduzir o receptor da notícia, neste caso o internauta, ao processamento da informação sem a

distração do layout. Os dados qualitativos ou quantitativos dispostos no projeto precisam intensificar o mapeamento informativo. A inserção correta das camadas textuais e visuais garantem o enfoque editorial. Encontra-se, portanto, outro ponto relevante para o êxito de um infográfico: a coerência.

Além dos atributos subjetivos e objetivos, na infografia digital é comum ver a união dos recursos da computação gráfica com a criatividade, resultando na multimídia. As ilustrações elaboradas com a adição de textos e de outros elementos esquemáticos ganham um incremento a favor dos veículos. “A interatividade é uma dessas características que até o momento é motivo de muitas pesquisas que procuram entender os mecanismos de interação que facilitam ao leitor formas de assimilar melhor uma informação e navegar por um mar de informação interconectada” (PAULINO, 2012, p.2).

Em decorrência disso, os infográficos estáticos cedem espaço para os animados, possibilitando o engajamento do conteúdo. Por tratar-se da internet, rede responsável pela manutenção de dados coletivos e indispensável para a efetivação do webjornalismo, suas características refletem, por sua vez, no modo de fazer a reportagem. Inclusive, o desenvolvimento da Web é resultado da demanda econômica ocasionada pelas organizações. Lopes (2013) percebe que a Web 2.0 não potencializa apenas a digitalização da informação, mas amplia a comunicação da empresa, neste caso do veículo de notícias com o consumidor.

Oliveira e Glanzmann (2010) deduzem que o webjornalismo desempenha suas atividades multimidiáticas no modo mais avançado, que decorre da transmissão rápida de sons, vídeos e imagens integradas ao contexto de hipertextualidade, customização de conteúdo, convergência, memória, entre outros. O desafio da infografia no jornalismo digital está em reunir a instantaneidade com a informação, sem a exclusão de detalhes importantes. Nesta questão, a rede World Wide Web (www), que antes era acessada por computadores na Web 1.0, atualmente também é planejada para os dispositivos móveis.

A percepção de uma pessoa que consome uma notícia pelo jornal impresso e depois pela televisão pode desencadear algumas variações nesse processo. Assim, a experiência de um leitor

digital de computador pode distinguir quem acessa a reportagem pelo smartphone, por exemplo. Embora ambos sejam meios digitais, a navegação por eles é diferente. A sincronização de conteúdo, bem como a taticidade ou o “touch screen” (tela sensível ao toque) lembradas pela Calado (2015), relacionam-se com a formatação do conteúdo.

As três alternativas são: desktop, mobile e responsivo. A primeira é referente aos layouts de sites e portais para computadores ou notebooks; a segunda, para smartphones e tablets; e a terceira, que abrange as duas qualificações. Do mesmo modo, todos os elementos de design infográfico utilizados pela editoria coincidem com a personificação final do formato.

Em síntese, após esta revisão de literatura, constata-se que é relevante a análise da infografia digital, considerando o contexto de noticiabilidade atual, assim como será feito nos próximos capítulos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Sabendo que “toda e qualquer classificação se faz mediante algum critério” (GIL, 2002, p. 41), o presente tópico abrange os procedimentos metodológicos aplicados para a obtenção e análise dos dados necessários. Nesta etapa é apresentada a ordem que o objeto de estudo em questão foi selecionado e de qual forma os dados coletados foram obtidos.

A pesquisa caracterizou-se como qualitativa, pois não trata-se de uma mensuração estatística e nem de valores calculáveis ou numéricos. Porém, há o intuito de explicar as contribuições da infografia no jornalismo digital, através da observação de reportagens dispostas no meio online. De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), este tipo de abordagem está relacionada com a realidade e os eventuais aspectos e diferenças de fenômenos nos âmbitos global ou local, sem o levantamento métrico.

Quanto à natureza, para Gil (2002) a pesquisa classifica-se como básica por não conter uma aplicação prática de infográficos, mas por coletar os que já foram publicados pelos veículos citados anteriormente. Mesmo assim, na visão do autor, a amostra coletada resulta em novos

conhecimentos cabíveis e úteis para o avanço da Ciência. Já a respeito do objetivo, a pesquisa mostra-se exploratória. Como o próprio termo já diz e de acordo com Gil (2002), este tipo de estudo pretende proporcionar maior aproximação com o problema, visando torná-lo mais explícito ou a identificação de hipóteses.

A seleção do objeto de estudo passou pelos seguintes fatores: (1) seleção de dois portais de notícias, sendo um nacional e outro estadual, tendo então sido selecionados os portais Estadão e NSC Total (DC), pela abrangência e representatividade dos veículos; e (2) seleção dos temas abordados por ambos os veículos, que deveriam ser iguais, sendo assim optou-se pelo tema “coronavírus” devido à sua relevância e atualidade.

A partir destas escolhas foram selecionadas as seguintes reportagens: “O guia definitivo para o uso de máscaras contra o coronavírus”, publicada no dia 1 de agosto de 2020, no portal Estadão; e “Coronavírus: curiosidades e cuidados na hora de fazer e usar as máscaras”, publicada no dia 10 de abril de 2020, no portal NSC Total (DC). Portanto os dois veículos tratam sobre as máscaras como prevenção ao coronavírus, porém com repercussão nacional e estadual (catarinense). Todos os documentos relatados foram acessados pela internet. Em relação ao acesso das reportagens selecionadas, também feito remotamente, o conteúdo do portal da NSC Total (DC) foi disponibilizado gratuitamente, e o do Estadão por assinatura.

Os critérios de observação e análise do conteúdo dos infográficos foram definidos a partir da revisão de literatura apresentada no capítulo 2. Ou seja, os aspectos mencionados na revisão serão aplicados aos layouts referidos tais como: quais tipos de infográficos foram usados nas reportagens desse estudo; quais elementos infográficos utilizados pelo veículo; quais atribuições do design visual optado pelos veículos, a fim de averiguar a amplitude da informação; e como os infográficos são dispostos nas plataformas de acesso (desktop, mobile ou responsivo). Para isso, os tópicos anteriores foram inteiramente observados e relacionados nos respectivos infográficos selecionados.

Os infográficos que serão apresentados a seguir são screenshots ou prints de tela do smartphone usado na pesquisa e depois remontados usando o aplicativo Canva. Quanto aos

dispositivos de navegação, foi necessária a observação dos infográficos por meio do smartphone e do desktop, visando observar sua responsividade, desencadeando os resultados de aspectos já contextualizados anteriormente.

4 ANÁLISE DOS DADOS

A grande reportagem “O guia definitivo para o uso de máscaras contra o coronavírus”, do portal Estadão, faz parte da série “Especial coronavírus” e tem a tag “infográficos”. Localizado na editoria da Cultura, este conteúdo jornalístico reúne diversos especialistas como infectologista, maquiadora, pediatra, oftalmologista, entre outros. O objetivo é examinar o uso da máscara em todos os âmbitos. O material pertence ao site de notícias ativo há 20 anos, desde o dia 28 de maio de 2000. O portal Estadão é uma extensão do jornal impresso O Estado de S. Paulo, fundado em 1875. A seguir, estão os infográficos produzidos pelo infografista Marcos Müller, dispostos na reportagem e analisados no presente capítulo.

Figura 1 - Prints do infográfico do Estadão

a)

 **ESPECIAL CORONAVÍRUS** TIRE SUAS DU

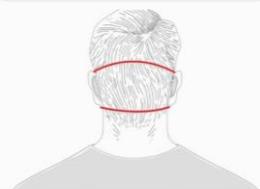
Tipos de máscara



Máscaras de uso profissional – N95 e PFF2: são máscaras de uso único. Apesar de sua maior duração, e sua eficiência de filtragem (cerca de 95%), elas são destinadas apenas aos profissionais de saúde.



Máscaras de uso profissional – N95 e PFF2: são máscaras de uso único. Apesar de sua maior duração, e sua eficiência de filtragem (cerca de 95%), elas são destinadas apenas aos profissionais de saúde.



Máscaras de uso profissional – N95 e PFF2: são máscaras de uso único. Apesar de sua maior duração, e sua eficiência de filtragem (cerca de 95%), elas são destinadas apenas aos profissionais de saúde.

b)



Máscaras cirúrgicas – São descartáveis e feitas de TNT, normalmente na cor azul ou branca, e também são destinadas ao uso profissional.



Máscaras cirúrgicas – São descartáveis e feitas de TNT, normalmente na cor azul ou branca, e também são destinadas ao uso profissional.



Máscaras cirúrgicas – São descartáveis e feitas de TNT, normalmente na cor azul ou branca, e também são destinadas ao uso profissional.

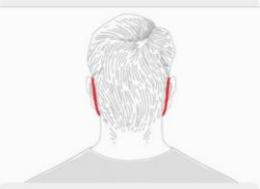
c)



Máscaras caseiras de tecido – Há diversos modelos. "A questão é estar bem acoplada no rosto", alerta o médico Guilherme Spaziani do Instituto de infectologia Emílio Ribas. "Deve ter três camadas: a que fica em contato com a pele deve ser de algodão, a que fica por fora deve ser impermeável e a do meio, de um tecido respirável!"



Máscaras caseiras de tecido – Há diversos modelos. "A questão é estar bem acoplada no rosto", alerta o médico Guilherme Spaziani do Instituto de infectologia Emílio Ribas. "Deve ter três camadas: a que fica em contato com a pele deve ser de algodão, a que fica por fora deve ser impermeável e a do meio, de um tecido respirável!"



Máscaras caseiras de tecido – Há diversos modelos. "A questão é estar bem acoplada no rosto", alerta o médico Guilherme Spaziani do Instituto de infectologia Emílio Ribas. "Deve ter três camadas: a que fica em contato com a pele deve ser impermeável e a do meio, de um tecido respirável!"

d)



Máscaras adesivas – Um modelo de máscara caseira que não tem alça, mas sim uma vedação de silicone. Tenha a certeza de que a cola não perderá sua capacidade de fixação ao longo do dia. São laváveis e reutilizáveis.



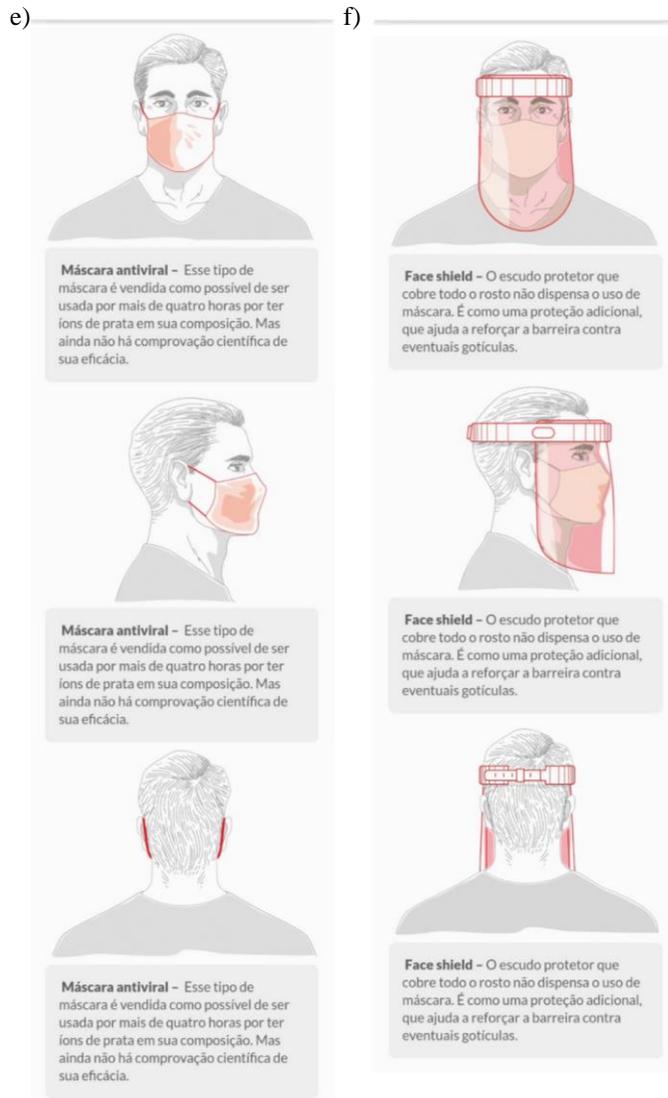
Máscaras adesivas – Um modelo de máscara caseira que não tem alça, mas sim uma vedação de silicone. Tenha a certeza de que a cola não perderá sua capacidade de fixação ao longo do dia. São laváveis e reutilizáveis.



Máscaras adesivas – Um modelo de máscara caseira que não tem alça, mas sim uma vedação de silicone. Tenha a certeza de que a cola não perderá sua capacidade de fixação ao longo do dia. São laváveis e reutilizáveis.

(continua...)

(...continuação)



Fonte: dados da pesquisa (2020)

Assim como avaliado por Freire (2006), de que a produção textual precisa fazer sentido com o não-textual, o Estadão selecionou ilustrações que atendessem o conteúdo informado na grande reportagem. Desde o título, as palavras “máscara” e “uso” fazem referências ao assunto que será abordado. Os infográficos formam um manual que explica ao leitor digital quais as denominações de máscara, suas propriedades e recomendações. Por isso, dependendo do conteúdo

do box de texto, a infografia, representada por uma figura humana, é acompanhada por diferentes tipos de máscaras.

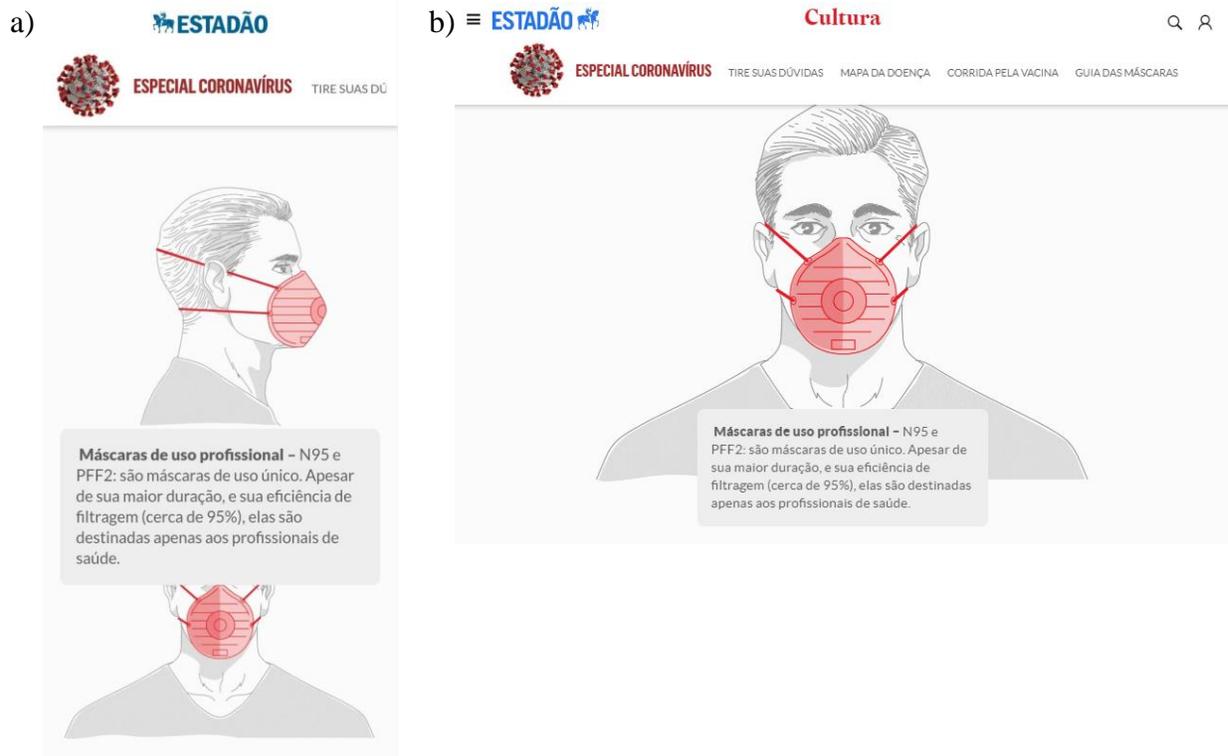
Ou seja, tanto a representação de um homem, quanto a de uma máscara são figuras (não abstratas), as quais para Lima (2015) classificam-se como elementos pictóricos. Devido a infografia conter uma caixa de texto ligada às ilustrações, ela também classifica-se como tipográfica. Seja qual for o tipo de máscara pela qual o consumidor iniciar a leitura, não haverá atrito nem confusão nos dados fornecidos. Alguém pode obter o mesmo conhecimento lendo a ilustração (d) e depois ler a (c), por exemplo. Isso porque a não-linearidade é expressiva, bem como relata o autor.

Neste design de notícia, os detalhes de cada máscara foram levados em consideração. O infografista Müller (2020), autor dos infográficos avaliados, os destacou para que a interpretação do leitor não houvesse falhas ou interferências. A percepção geral realizada pelo público-alvo tende a observar mais a figura da máscara que a do homem. As cores também foram estrategicamente selecionadas para a elaboração do design do infográfico. Segundo Verón (2004), os significados em conjunto formam um enunciado, capazes de alcançar o público-alvo ou o destinatário.

A neutralidade presente na maior parte das ilustrações, disposta com a cor cinza, destaca a máscara em vermelho, pois é o tema principal do manual. Nota-se que alguns modelos como as ilustrações (b) e (c), (d) e (e) da Figura 1, são parecidas. Por isso, os traços das máscaras foram intensificados com tons avermelhados, a fim de distinguir umas das outras. A interpretação de neutralidade pode ser observada na tipografia. A fonte simples, com tamanho pequeno, tem um realce apenas na nomenclatura da máscara com o efeito bold (negrito).

Além do esquema de cores e de diagramação, ressaltado por Freire (2006), a ordem das informações pode resultar no êxito do enunciado. Müller (2020) procurou seguir as orientações pelas seguintes informações: “o que é”, “como é”, “qual sua utilidade” ou “para quem é”. No modelo (a), inicia pelo termo técnico da máscara de uso profissional. Logo após, relata acerca de suas características de duração e filtragem e, então, finaliza para quem este tipo de máscara é destinado.

Figura 2 - (a) Simulação do movimento de rotação; (b) Infográfico no contexto da página



Fonte: dados da pesquisa (2020)

A infografia da reportagem em análise contém uma combinação de arte com texto, e como o próprio nome já diz, classifica-se conforme Kanno (2013) como arte-texto. Se o infografista tivesse disponibilizado apenas as ilustrações sem os textos, possivelmente algumas dúvidas surgiriam ao longo da exibição feita pelos leitores e provavelmente o consumidor não entenderia o objetivo da informação. Para Kanno (2013), o texto é indispensável nesta infografia e deve-se evitar os excessos visuais. Isso também explica o porquê da neutralidade observada anteriormente.

Devido ao detalhamento das máscaras, o elemento utilizado pelo Estadão foi o de “dicas”. Kanno (2013) denota que este elemento facilita o processo de leitura. Referente ao discurso contextual do infográfico, é possível encontrar aspectos exploratório e explanatório, segundo

Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015). O aspecto exploratório é identificado porque a infografia descreve o objeto, neste caso as máscaras, partindo do pressuposto “o quê?”. Já o explanatório pois ela explica o funcionamento das máscaras, tendo a pergunta “como” em sua implementação. Aliás, o quadro de passo a passo é semelhante ao formato desta infografia, porque apresenta a sequência da máscara em todos os ângulos.

É importante ressaltar que os modelos nas Figuras 1 (a) a (f), embora apareçam estáticos neste estudo, possuem movimentos de rotação no site oficial. Isto porque as ilustrações são Graphics Interchange Format (formato para intercâmbio de gráficos), ou os chamados gifs. À medida que a tela do celular ou do computador é deslizada, um novo tipo de máscara aparece ao fundo do box de texto. A Figura 2 (a) tem o objetivo de apresentar uma simulação da interface do infográfico em movimento. Inclusive, o site do Estadão é responsivo, pois seu conteúdo é adaptado para o smartphone, exemplos nas Figuras 1 (a) a (f) e na Figura 2 (a); e também para o desktop, exemplo na Figura 2 (b). Estes e outros recursos digitais estão na lista dos infográficos interativos e animados.

As máscaras também foram abordadas com infográficos pela reportagem “Coronavírus: curiosidades e cuidados na hora de fazer e usar as máscaras”, do portal NSC Total (DC), localizada na editoria da Saúde. As informações apresentadas têm o objetivo de certificar os cuidados imunológicos e curiosidades na produção e uso da máscara. O NSC Total foi lançado em dezembro de 2017 e desenvolvido pelo grupo NSC Comunicação. Já o Diário Catarinense (DC), cuja versão online foi acessada para este estudo, tem sua versão impressa em circulação desde 1986. A seguir, na Figura 3, estão os infográficos, produzidos pelo infografista Ben Ami Scopinho, dispostos na reportagem e também analisados no presente capítulo.

Figura 3 - Prints do infográfico do DC, na versão para *smartphone*

a)

POR TRÁS DA MÁSCARA

O uso da máscara de pano caseira é recomendado como mais uma forma de prevenção na batalha contra a Covid-19. Confira dados históricos e recomendações do Grupo de Trabalho CCB-CONTRA-Covid-19 do Centro de Ciências Biológicas da UFSC, para fazer a própria máscara em casa.

TECIDO NÃO ELÁSTICO
Tipo tricoline ou malha de camiseta fina com quantidade mínima de algodão de 65% na composição. É importante que o tecido não se estique.

PROTEÇÃO EXTRA
Entre as camadas, adicionar um filtro de polipropileno e celulose (rolos de papel de cozinha). Ele precisa ser trocado a cada quatro lavagens. Não usar filtro de café.

ALÇAS
Dois elásticos de 17 cm cada, nas laterais, para segurar a máscara atrás das orelhas com alguma tensão. Ajustar o tamanho de acordo com a necessidade.

HIGIENIZAÇÃO
A máscara deve ser usada por cerca de duas horas. Ao lavá-la deve ficar de molho na água sanitária por 15 minutos ou em água e sabão por 1 hora. Deixar secar ao sol.

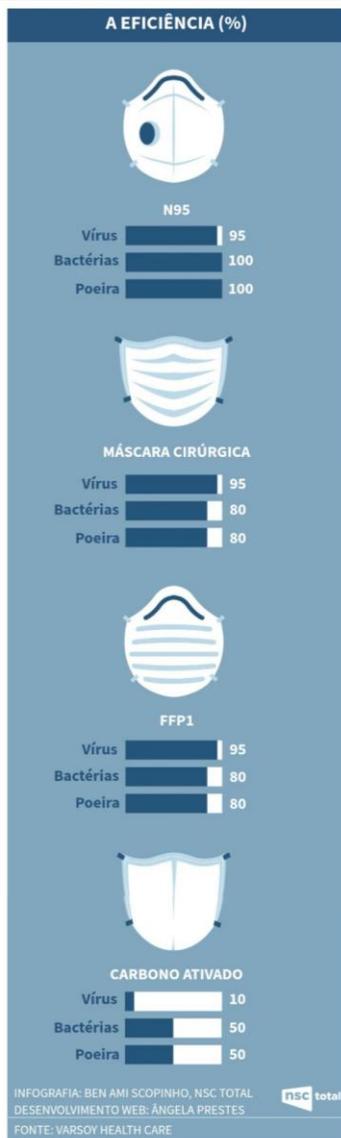
60% É a porcentagem de eficiência das máscaras de tecido de algodão contra o coronavírus, segundo estudo da USP*

* Jornal da USP, 06/04/2020. Reportagem Júlio Bernardes

INFOGRAFIA: BEN AMI SCOPINHO, NSC TOTAL
DESENVOLVIMENTO WEB: ÂNGELA PRESTES

COLABORAÇÃO: CARLOS RODRIGO ZÁRATE-BLADÉS, PROFESSOR DO DEPARTAMENTO DE MICROBIOLOGIA, IMUNOLOGIA E PARASITOLOGIA DA UFSC

b)



c)

AO LONGO DA HISTÓRIA

Desde a Antiguidade foram muitos os esforços para a proteção respiratória na mineração que, consequentemente, resultaram nas inúmeras máscaras que se tornaram um símbolo da ciência médica moderna no séc. XX.

1600
A crença de que as doenças emanavam de vapores do solo impulsionou o design de ave desta máscara usada por médicos, cujo bico continha incenso para proteção do cheiro das pragas.

1877
Era uma máscara com esponjas conectadas a um saco com água preso ao pescoço. O bombeiro espremia a bolsa de água para saturar novamente as esponjas e filtrar parte da fumaça.

1897
As primeiras 'máscaras' cirúrgicas eram um lenço amarrado ao redor do rosto, impedindo que gotículas de tosse ou espirros dos médicos caíssem no paciente durante uma cirurgia.

1910
Para combater uma peste na China, o médico Lien-teh Wu desenvolveu uma máscara mais dura de gaze e algodão, adicionando várias camadas de pano para filtrar as inalações. A máscara N95 é uma descendente do design de Wu.

1914
Com o uso de gases químicos na I Guerra Mundial, os EUA passaram a desenvolver padrões de máscara de gás. Não só para os soldados, mas também para os cavalos usados nos combates.

INFOGRAFIA: BEN AMI SCOPINHO, NSC TOTAL
DESENVOLVIMENTO WEB: ÂNGELA PRESTES
FONTE: FAST COMPANY, CDC

Fonte: dados da pesquisa (2020)

Antes de iniciar a análise, é importante salientar que os três infográficos completam a maior parte da reportagem. Portanto, a infografia faz parte do discurso e do sentido da notícia, defendido por Verón (2004). Cada um dos modelos diferencia-se na distribuição dos elementos e no design

da notícia. Enquanto os infográficos (a) e (c) priorizam textos para organizar as informações, com exceção do modelo (c) que dispõe mais ilustrações que o primeiro, o infográfico (b) apresenta menos texto e a inserção de gráficos.

No primeiro infográfico, o título “por trás da máscara” é complementado com a ilustração de uma máscara e suas camadas sobrepostas em uma ilustração figurativa de uma mulher. Do mesmo modo o segundo modelo, com o título “A eficiência”, detém ilustrações de alguns tipos de máscaras e alguns parâmetros estatísticos que definem a qualidade do material. Por fim, o infográfico (c) conta com o desenvolvimento visual das máscaras de acordo com a cronologia histórica. A relação do textual com o não-textual (FREIRE, 2006), em todos os infográficos desta reportagem está sincronizada.

A respeito dos elementos defendidos por Lima (2015), a infografia analisada apresenta recursos pictóricos, esquemáticos e tipográficos. O modelo (a) classifica-se em pictórico e tipográfico, porque distribui figuras (não abstratas) já enfatizadas no parágrafo anterior e as linguagens verbal e numérica, como por exemplo o número percentual “60%”. Já o modelo (b) possui elementos pictóricos, esquemáticos e tipográficos, pois contém diferentes tipos de máscaras representados por figuras (não abstratas), gráficos e linguagens verbal e numérica. Por fim, o infográfico (c) que assemelha-se à classificação do primeiro, porque também tem figuras (não abstratas) e linguagens verbal e numérica.

Ainda sobre o design desenvolvido por Scopinho (2020), no infográfico (a) o número percentual “60%” recebe relevância no tamanho da fonte, bem como no box de cor azul dentro de outro box de cor branca onde está inserido. Com a tonalidade azul na maior parte do infográfico, o destaque para a eficiência da máscara é inevitável. Os tons azul e branco, mantidos pelos demais modelos, remete à área da Saúde - editoria na qual encontra-se a reportagem. A ressalva é para o exemplo (a), que integra a cor vermelha na máscara em questão. As fontes são simples, sem serifas, contendo o efeito bold apenas para destacar títulos e intertítulos.

Os infográficos (a) e (c) classificam-se em arte-texto, segundo Kanno (2013). O modelo (a) utiliza o formato “dicas”, porque as informações são distribuídas em pequenos tópicos; e o modelo

(c) tem o elemento “cronologia” de maneira atípica. As datas estão na horizontal, mas ao invés da linha do tempo ser contínua, ela se divide e cataloga ano abaixo de ano.

No infográfico (a) outro elemento foi necessário. Conforme Kanno (2013), um diagrama ilustrado detalha um objeto na dinâmica de um “raio-x”. Os chamados cortes esquemáticos apresentam o interior e exterior do personagem tratado. A máscara do primeiro infográfico é um recorte da representação real de uma máscara de tecido, contendo suas três camadas distintas evidenciadas por texturas e variações de iluminação.

Continuando, o infográfico (b) classifica-se no tipo “gráficos”. O intuito é demonstrar a eficiência de algumas máscaras contra os seguintes quesitos: vírus, bactérias e poeira. Para isso, gráficos de barras com seus respectivos percentuais apresentaram as comparações entre os valores. Entende-se que o infografista Scopinho (2020) escolheu a orientação horizontal, pois conforme avaliado por Kanno (2013), os números são mais enfatizados. No tocante ao discurso contextual dos infográficos, o modelo (a) está agrupado aos tipos exploratório e explanatório Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015). Isto porque, é explicada qual é a máscara de algodão aconselhada e como confeccionar uma. No segundo infográfico os mesmos tipos de discursos se repetem, mas com outra abordagem. Ou seja, a pergunta respondida também é “o quê?”, referindo-se à eficiência das máscaras, e porque há diferenças de qualidade entre elas. Por último, o exemplo (c) resume-se em historiográfico, devido à contextualização dos fatos na resposta do pressuposto “quando?”.

Figura 4 - Infográfico no contexto da página, na versão para *desktop*

COMPARTILHE

POR TRÁS DA MÁSCARA

O uso da máscara de pano caseira é recomendado como mais uma forma de prevenção na batalha contra a Covid-19. Confira dados históricos e recomendações do Grupo de Trabalho CCB-CONTRA-Covid-19 do Centro de Ciências Biológicas da UFSC, para fazer a própria máscara em casa.

TECIDO NÃO ELÁSTICO
Tipo tricoline ou malha de camiseta fina com quantidade mínima de algodão de 65% na composição. É importante que o tecido não se estique.

PROTEÇÃO EXTRA
Entre as camadas, adicionar um filtro de polipropileno e celulose (rolos de papel de cozinha). Ele precisa ser trocado a cada quatro lavagens. Não usar filtro de café.

COMPARTILHE

- LOETZ**
Região vai ganhar condon industriais em Francisópolis
- SAAVEDRA**
Com horário especial Joinville terá ônibus domingueiros para eleição
- ÂNDERSON**
Santa Catarina não terá eleição no dia 15 de novembro
- FERNANDA**
Terceira...

Fonte: dados da pesquisa (2020)

A infografia produzida por Scopinho (2020) para esta reportagem é estática, diferente da apresentada anteriormente do Estadão. Esta infografia é apresentada no mesmo formato pelo portal da NSC Total (DC). Os infográficos na Figura 3 foram remontados conforme disponíveis no smartphone, e o exemplo da Figura 4 remete à visualização da infografia no *desktop*. Portanto, o conteúdo foi adaptado para ambas as versões, a fim de facilitar o acesso do público-alvo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve o objetivo de identificar as contribuições da infografia no jornalismo digital como conteúdo visual na recepção e interpretação das informações pelos veículos de jornalismo Estadão e NSC Total (DC). O embasamento teórico conteve análises de Freire (2006), Lima (2015), Moraes (2013, apud RINALDI; DOMICIANO, 2015), Bernardes e Scoz (2018), entre outros, acerca da infografia como design de notícia e de seu papel no jornalismo. A pesquisa,

considerada qualitativa, e exploratória, foi realizada com critérios de observação e análise do conteúdo dos infográficos que foram definidos a partir da revisão de literatura apresentada no capítulo 2.

A partir da análise de ambas as reportagens, considera-se que a diagramação e o projeto gráfico da infografia estão inteiramente interligadas. Aspectos como a tipografia, o esquema de cores e a ordem das informações, discutidas pelos autores referenciados, precisam fazer sentido para o leitor digital, ou como ele mesmo define, para o destinatário. Os infografistas Müller (2020) e Scopinho (2020) combinaram elementos textuais com os não-textuais, traçando o enunciado e consecutivamente, o êxito da informação.

Embora ambas as reportagens possuem o mesmo assunto como tema principal, que são as máscaras, cada uma optou por modelos de infográficos diferentes. Até mesmo na segunda reportagem nota-se o uso de mais de um tipo de infográfico, assim como analisado. Isso confirma que a abordagem é um dos fatores determinantes para a produção do conteúdo visual, assim como foi definido pelos autores estudados. Ou seja, o objetivo do veículo, do jornalista ou do infografista pode ser melhor representado por uma determinada seleção de elementos e contextos classificados nos tópicos anteriores.

Além disso, as ilustrações das máscaras presentes nas reportagens retratam as características verídicas dos materiais noticiados, ou seja, houve fidelidade aos dados e fatos. Uma curiosidade foi para as cores neutras, utilizadas na maior parte dos projetos, e a cor vermelha, destacada pelos veículos para enfatizar as máscaras (tema principal). Os designs visual e jornalístico dos infográficos estudados, bem como seus dados qualitativos e quantitativos estão alinhados às reportagens. Por isso, a partir dos autores revisados e da observação dos infográficos que foram objeto deste estudo, constatou-se que a infografia bem elaborada ajuda o leitor no processamento da informação, especialmente no caso de informações novas ou complexas, tomando o cuidado e não distraí-lo.

Por se tratar de um assunto novo para a atualidade e às pessoas (covid-19), ainda mais nos meses em que as reportagens foram publicadas, entende-se que a infografia tem relevância e

contribui para o jornalismo - neste caso, digital. O portal NSC Total, por exemplo, preferiu substituir o texto da reportagem pelos infográficos. A prevenção e o uso adequado de máscaras foram apresentadas de maneira objetiva e assertiva nos modelos estudados de ambos veículos. E também, os conteúdos são compatíveis às páginas do desktop e do smartphone.

O presente estudo foi realizado integralmente usando fontes de dados online. Inclusive, entre os estudos revisados para elaborar este artigo haviam análises referentes à infografia em revistas e jornais, mas não especificamente ao âmbito digital. Por isso, além deste, outros estudos sobre o uso de infográficos digitais no jornalismo podem ser feitos futuramente. Ao investigar veículos, com repercussão nacional e local, que obtêm infográficos para suas reportagens, percebeu-se que portais de notícias locais não são adeptos à infografia. Sendo que este modelo é eficiente e colaborativo ao discurso jornalístico digital, entender o porquê dele ainda não ser incluído em algumas editorias também pode ser analisado.

REFERÊNCIAS

BERNARDES, M.; SCOZ, M., Infografia: uma revisão bibliográfica sistemática In: 13º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 5 a 8 nov. 2018, Joinville. **Anais...** Joinville: Univille, 2018. Disponível em: <<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/infografia-uma-revisao-bibliografica-sistemtica-30362>>. Acesso em: 12 out. 2020.

CALADO, K. A. Reflexos do mobile no jornalismo. **Esferas**, v. 4, n. 6, p. 41-49, jan./jun. 2015. Disponível em: <<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/5788>>. Acesso em: 25 out. 2020.

DE PABLOS, J. M. **Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía**. Madrid: Ed. Síntesis, 1999. Disponível em: <<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67435/revista-comunicacion-ambitos-03-04-312-314.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 15 out. 2020.

FREIRE, E.N., O Não-Verbal na Notícia: O Design de Notícias e a Construção de Sentido no Discurso Jornalístico In: VI ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM E XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 6 a 9 set. 2006,

Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8013177409568274720871045035156633110.pdf>> . Acesso em: 11 set. 2020.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 3 set. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2002. Disponível em: <http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf>. Acesso em: 3 nov. 2020.

KANNO, M. **Infografe**. São Paulo: Ed. INFOLIDE.COM, 2013. Disponível em: <<https://designlyn.files.wordpress.com/2014/06/infografemariokannopagsimples-130822154840-phpapp02.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

LIMA, R. C. O que é infografia jornalística? **Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design**, v. 12, n. 1, p.111-127, 2015. Disponível em: <<https://infodesign.org.br/infodesign/article/download/312/219>>. Acesso em: 11 set. 2020.

LOPES, S. P. A Web 2.0 como ferramenta de análise de tendências e monitorização do ambiente externo e sua relação com a cultura de convergência dos media. **Perspectivas em Ciências da Informação**, v.18, n. 1, p. 126-137, jan./mar. 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/pci/v18n1/09.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2020.

MÓDOLO, C.M., Infográficos: características, conceitos e princípios básicos. In: XII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUDESTE, 2007, Juiz de Fora. Anais: Juiz de Fora: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/r0586-1.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2020.

MÜLLER, M. O guia definitivo para o uso de máscaras contra o coronavírus. **Estadão**, 2020. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/infograficos/cultura,o-guia-definitivo-para-o-uso-de-mascaras-contr-o-coronavirus,1109930>>. Acesso em: 15 out. 2020.

OLIVEIRA, C. F.; GLANZMANN, J. H. **Jornalismo na era da Web 2.0**, v. 24, p. 97-114, 2010. Disponível em: <https://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2010/06_COMUNICACAO_jornalismoaerada_web.pdf>. Acesso em: 24 out. 2020.

PAULINO, R. C., Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 3 a 7 set.

2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Intercom, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/download/22424/21515>>. Acesso em: 19 out. 2020.

RINALDI, B. C.; DOMICIANO, C. L. Infografia: tendências no design editorial a partir da Revista Superinteressante. **Blucher Proceedings**, set. 2015. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/20283>>. Acesso em: 15 out. 2020.

SCALZO, M. Jornalismo de Revista. **Temática**, out. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/31077/16299>>. Acesso em: 21 out. 2020.

SCOPINHO, B. A. Coronavírus: curiosidades e cuidados na hora de fazer e usar as máscaras. **NSC Total**, 2020. Disponível em: <<https://www.nsctotal.com.br/noticias/coronavirus-curiosidades-e-cuidados-na-hora-de-fazer-e-usar-as-mascaras>>. Acesso em: 14 out. 2020.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. Trad. Vanise Dresch, São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/96421186/VERON-Eliseo-Fragmentos-de-um-tecido>>. Acesso em: 26 out. 2020.