

Vol. 13 - N. 27 | Ago./Dez. 2018 | ISSN 1808-883X

ADVÉRBIO

Revista Científica dos Cursos de Comunicação do Centro Universitário FAG

A INFOGRAFIA COMO GÊNERO JORNALÍSTICO NA WEB: UMA ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS DO PORTAL DE NOTÍCIAS G1

Alícia Peres DIAS

ARTIGO 4

A INFOGRAFIA COMO GÊNERO JORNALÍSTICO NA WEB: UMA ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS DO PORTAL DE NOTÍCIAS G1

Alícia Peres DIAS¹

RESUMO

Com o avanço das tecnologias visuais, o uso da infografia no jornalismo foi intensificado, principalmente para auxiliar na compreensão de informações complexas. As inúmeras possibilidades disponíveis no ambiente online ampliaram as características dos infográficos, permitindo que eles se tornassem multimídias e agregassem propriedades como a interatividade e personalização do conteúdo. Deste modo, no presente artigo foi apontado, brevemente, o percurso dos infográficos no jornalismo, sobretudo no meio online. Também foram apresentados os aspectos considerados fundamentais para classificar os infográficos como um gênero jornalístico. A partir disso, propomos uma análise das especificidades da notícia em formato infográfico no portal de notícias G1, seguindo a categorização de infográficos multimídia elaborada por Ribas (2004) e a divisão por gerações da web vista em Amaral (2011). Percebeu-se que a infografia ainda não está completamente consolidada nesse espaço, pois há limitação do uso das potencialidades oferecidas pela web. Também se constata a falta de algumas particularidades que fazem com que esses infográficos sejam considerados como um gênero jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE

Infografia; internet; jornalismo; multimídia; interatividade.

¹ Jornalista. E-mail: liciaperes@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Quando se considera a trajetória histórica do jornalismo é possível afirmar que em cada um dos meios de comunicação que se consolidou, desde os mais tradicionais como os impressos, rádio e televisão, até o advento da internet, ele precisou se reinventar/moldar para desempenhar a sua principal função: transmitir informação para a sociedade.

Ao direcionarmos o olhar para o ambiente digital, local em que a profissão se deparou com um universo de possibilidades, percebe-se que as dificuldades de adaptação foram ampliadas. Isso se deu em razão do meio online possuir uma variedade de aspectos que se diferenciam dos meios de comunicação tradicionais. Na internet, por ser um ambiente não-linear, o leitor pode decidir o que acessar primeiro, de acordo com a sua necessidade. Outro aspecto distinto é a rapidez do fluxo de notícias, visto que, de forma quase instantânea, recebemos informações de todos os lugares. Além disso, na mídia online existem inúmeras possibilidades de customização e interatividade que só tendem a crescer por conta dos recursos digitais.

Essas características, quando conhecidas e exploradas da maneira mais adequada, fazem com que a internet seja um espaço singular de produção de notícias, principalmente pelos recursos multimidiáticos que oferece. Visto isso, um dos maiores desafios do jornalismo atual é descobrir qual o melhor formato e conteúdo jornalístico a se produzir nesse meio, que possui infinitos recursos.

Alguns autores acreditam que os infográficos, por apresentarem características semelhantes às do jornalismo online, se adequaram facilmente ao modelo de produção de notícias e conteúdo para o meio virtual. Em linhas gerais, entendemos aqui, que infografia é a união da linguagem verbal e linguagem não verbal em um único sistema, de forma a facilitar a compreensão de informações. Ao integrar mais ferramentas aos textos e imagens como vídeos, hiperlinks, abas, sons e *gifs*, os infográficos tornam-se, então, multimídia.

O presente artigo, nesse sentido, propõe uma análise das especificidades e

potencialidades da notícia em formato infográfico, no portal de notícias G1, especialmente os que possuem recursos multimídias. Dentro desta perspectiva, levantam-se os seguintes problemas: Os infográficos podem ser considerados como gênero jornalístico do meio online? O portal de notícias G1 está utilizando todas as potencialidades que essa ferramenta oferece?

O objetivo deste trabalho é analisar, brevemente, o percurso da infografia no jornalismo, bem como investigar como esse recurso se faz presente no meio online atual. Pretende-se, ainda, entender como as características e recursos do meio online foram e estão sendo utilizadas nos infográficos jornalísticos do portal de notícias G1 e discutir se a infografia deixa o conteúdo jornalístico mais atrativo e compreensível para os leitores, levando-se em conta a intensa difusão de informações na internet.

Diante disso, serão aplicados os conceitos de Amaral (2009) que divide os infográficos da web em quatro gerações, de acordo com suas especificidades, e as classificações dos infográficos multimídia elaboradas por Ribas (2004). Procura-se, ainda, compreender como sucedeu a definição de infográficos enquanto gênero, segundo com os estudos de Seixas (2009) e Rodrigues (2011).

Essa pesquisa é fundamental para visualizarmos a importância do jornalismo explorar outras linguagens, além do texto escrito e imagético, de forma a melhorar a difusão e a compreensão de informações. Dado isso, esse estudo pode contribuir para uma melhor compreensão a respeito dos infográficos jornalísticos, um recurso ainda pouco estudado no Brasil e que vem sendo cada vez mais utilizado em veículos da web.

2 O CONCEITO DE INFOGRAFIA E O JORNALISMO

A infografia esteve atrelada ao jornalismo desde o surgimento de novas tecnologias visuais inseridas no meio impresso. Segundo Barboza e Silva (2017, p. 2), a chegada de computadores pessoais nas redações motivou uma revolução gráfica nos meios de comunicação na década de 80. Com isso, a informação jornalística visual teve

sua importância e utilização ampliada, resultando na popularização do uso de infográficos em jornais impressos.

Alguns autores como De Pablos (1999), Teixeira (2010) e Moraes (2013), compartilham a ideia de que a infografia é a união entre imagem e texto utilizada para facilitar o entendimento de assuntos e dados complexos. Tattiane Teixeira (2010, p. 18), em uma análise mais detalhada, diz que um “[...] infográfico é composto por elementos icônicos e tipográficos e pode ser constituído por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais”. Nesse sentido, a pesquisadora considera a relação indissociável entre a imagem e o texto, umas das principais características da infográfica jornalística.

Luciana Silveira (2010), no entanto, discorda desse tipo de definição que divide a palavra infográfico em informação + gráficos, ou então, texto + imagens, segundo ela “esse tipo de análise do termo é falha porque sugere que apenas o texto, e não a imagem, seja informativo”. Para a autora isso acontece devido a informação gráfica ter surgido com intuito de complementar e muitas vezes aparecer como elemento decorativo para informações escritas, mas os infográficos não surgiram com esse intuito.

A partir dessa constatação, a pesquisadora afirma que:

[...] o infográfico funde o verbal ao visual. Não se trata mais de usar o texto para ajudar a decifrar a imagem, como uma legenda. Tampouco se trata de uma ilustração figurativa, feita com o propósito de adornar a página de um manuscrito, ou uma substituição do texto com propósito de transmitir os conhecimentos bíblicos à população iletrada. No infográfico, a forma é utilizada para reproduzir relações entre as ideias e para ajudar a construir narrativas. (SILVEIRA, 2010. p. 58)

Ary Moraes (2013) diz que a utilização dos infográficos no meio jornalístico começou nos jornais impressos diários na metade do século XX, em decorrência da crescente demanda por entendimento. As pessoas não tinham a prática da leitura diária e, por isso, foi necessário encontrar um meio de torná-la mais didática. Moraes (2013, p. 31) afirma que “[...] cada vez mais, as pessoas ficavam expostas a uma grande

quantidade de informações que não faziam parte de seu cotidiano, sendo portanto, difíceis de serem entendidas em decorrência de seu repertório”.

Por outro lado, Beatriz Ribas (2004) comenta que os infográficos tiveram mais destaque quando o uso da informação gráfica se tornou popular em jornais impressos. Segundo a autora, eles permitem uma visão geral dos acontecimentos e conseguem detalhar informações desconhecidas dos leitores. “Percebe-se que os grandes acontecimentos, como guerras, catástrofes e descobertas da ciência, têm merecido um tratamento infográfico maior nos meios de comunicação” (RIBAS, 2004, p. 3).

De Pablos, conforme citado por Ribas (2004, p. 2) considera como marco do desenvolvimento da infografia no jornalismo mundial a Guerra do Golfo Pérsico, “quando a ausência de fotografias demandava algo mais para complementar a notícia”.

Existem certas incertezas quando se trata sobre diferenciar um infográfico de outros recursos visuais como tabelas, ilustrações e mapas no jornalismo. Para os diferenciar desses demais recursos, Teixeira (2010) identifica os infográficos como gênero informativo e, por isso, pressupõe uma narrativa constituída por uma relação mútua entre texto e imagem. Conforme a autora, essa imagem “deve ser mais que uma ilustração de valor essencialmente estético, por exemplo, mas algo que tenha o propósito claro de contribuir para a construção e conseqüente compreensão plena desta narrativa”. Nesse sentido, Teixeira ressalta que:

Na infografia jornalística, esta construção narrativa não deve perder de vista a importância que cada elemento verbal e gráfico deve ter e aí a necessidade do autor de um infográfico estar sempre atento ao fato de que, como modalidade jornalística, cada elemento componente do discurso do infográfico como uma peça da narrativa deve manter uma relação evidente com aquilo que se compreende como realidade. (TEIXEIRA. 2010. p. 33)

Na mesma linha de pensamento, Lívia Cirne (2010, p. 3) também acredita na equivalente importância do elemento visual e textual nos infográficos. A autora ressalta que a infografia é a “junção estética harmônica entre imagens (inertes ou em movimento) e textos (que podem ser escritos ou narrados), com efeitos de sentido e

organizadas de maneira que cada uma das partes não exerça mais relevância sobre a outra”.

Ao falar sobre a utilização de infográficos no jornalismo, Cirne (2010, p. 6) expressa o dever de prezar pela veracidade e alerta sobre o cuidado necessário para não os utilizar apenas como preencher espaços vazios, visto isso, a autora afirma que a “função desse recurso não pode ser limitada a uma ilustração colocada propositalmente para aliviar uma página com excessos de textos. Quando isso ocorre, nega-se o potencial informativo do recurso”.

Da mesma forma que existem incertezas a respeito do conceito de infografia, o modo como devemos classificá-los dentro do jornalismo também provoca discordâncias de posicionamento entre alguns autores. Muitos acreditam que devemos considerá-los como gênero jornalístico e outros não concordam com essa premissa. Veremos os pontos de vista dos teóricos que abordam o tema gênero e infografia simultaneamente no próximo tópico.

3 INFOGRAFIA COMO GÊNERO JORNALÍSTICO

Devido ao uso da imagem ser indispensável nos infográficos, existem discordâncias entre os autores quando se diz respeito a sua classificação. Alguns acreditam que a infografia serve apenas como ferramenta ilustrativa, enquanto outros a reconhecem como um gênero jornalístico. Uma das pesquisadoras de gêneros que inclui os infográficos nesse contexto é Lia Seixas. Segundo a autora (2009, p. 305), existem três motivos principais que tornam uma forma discursiva no jornalismo em um gênero. Ela afirma que “1) um gênero deve ter uma unidade textual, ou seja, com unidade composicional; 2) esta unidade se revela na rotina produtiva e, portanto, na estrutura redacional; e 3) para um formato se tornar um gênero, precisa se estabilizar institucionalmente em dada formação discursiva”.

O fato da produção dos infográficos envolver outras editorias, e conseqüentemente mudar a estrutura da redação, é uma das competências que fazem com que a infografia, para autora seja considerada como um gênero jornalístico.

As competências necessárias para um infográfico não são apenas as competências para se fazer jornalismo, existe uma competência do design gráfico que o jornalista não tem, em geral. Portanto, o fato de ser produzido pela editoria de arte, porque sua natureza semiológica é outra diferente do texto escrito, possibilitou que o infográfico fosse considerado um gênero jornalístico. (SEIXAS, 2009. p. 305)

De acordo com Lia Seixas (2009, p. 306), outra característica que define a infografia como gênero é a sua autonomia, que ocorre de duas maneiras: "1) da sua independência como composição discursiva criada, muitas vezes, com software específico (Flash); e 2) por constituir uma editoria independente na redação".

Se nos infográficos jornalísticos produzidos para o meio impresso essa independência era considerável, devido a criação de editorias específicos, ao ser transferido para o ambiente online, as propriedades estenderam-se, pois, "[...] com a multimídia, o infográfico passou a constituir um site dentro do site jornalístico, configurando os chamados 'especiais', inexistentes nos impressos" (SEIXAS, 2009, p. 306). Para autora são nos espaços digitais que os infográficos estendem as suas potencialidades:

[...] o infográfico ganha mais força devido a algumas potencialidades da mídia digital, como o sistema de transmissão e estocagem, o sistema semiológico e a relação espaço-tempo. Se no impresso do jornalismo de atualidade, o infográfico acompanhava sempre uma matéria, uma notícia ou reportagem, no site noticioso do jornalismo de atualidade, o infográfico pode fazer parte de uma notícia ou não. (SEIXAS, 2009, p. 305)

Rodrigues (2011) afirma que a prática do jornalismo na internet ainda está em processo de afirmação e, por isso, existe uma falta de consenso se estamos diante de novos gêneros ou da aplicação dos gêneros tradicionais a esse novo meio. A infografia, de acordo com a autora, é um novo gênero da web, quando esse recurso abarca aos

elementos que constroem uma reportagem, que é tida como gênero informativo. Para argumentar em favor disso, Rodrigues (2011, p. 3) afirma que “[...] 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”.

Segundo a pesquisadora, o contexto de modernização e desenvolvimento das tecnologias sucedeu a uma transformação visual da forma de apresentação das notícias, tanto no meio impresso, como no digital, dessa forma:

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. (RODRIGUES, 2011. p. 8)

Em sua análise, Tatiana Teixeira (2010) não considera infográficos como um gênero a parte, e sim, compreende como um subgênero/modalidade do gênero informativo. Nessa perspectiva, ainda afirma o infográfico estaria igual as outras modalidades do gênero informativo como a reportagem, a notícia, a entrevista e o perfil. A autora faz essa classificação pois acredita que:

[...] o infográfico é relevante para a construção da narrativa jornalística característica do gênero informativo como outras modalidades clássicas que conhecemos. E, se é assim, deveria estar presente no currículo dos cursos de Jornalismo do mesmo modo que as demais modalidades aqui citadas. (TEIXEIRA, 2010. p. 79)

Depois de ter visto como ocorre a classificação dos infográficos no jornalismo por alguns autores, tanto no meio impresso, como no digital, o tópico a seguir entenderá como se dá a inserção dos infográficos no meio digital, observando suas potencialidades e singularidades que esse meio os agregou.

4 INFOGRÁFICOS JORNALÍSTICOS NA WEB

De acordo com Pinho (2003, p. 49), alguns dos aspectos que diferenciam a internet de outras mídias são: a não-linearidade, a fisiologia, a instantaneidade, a dirigibilidade, a interatividade e a pessoalidade, entre outros. O autor afirma que essas características devem ser conhecidas para que o uso da internet, como instrumento de informação, aconteça da maneira mais adequada. Observa-se que:

Portanto, o jornalismo digital diferencia-se do jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais pela forma de tratamento dos dados e pelas relações que são articuladas com os usuários. Por sua vez, sendo a internet uma mídia bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais [...] o jornalismo digital deve considerar e explorar a seu favor cada uma das características que diferenciam a rede mundial desses veículos. (PINHO, 2003. p. 58)

Segundo Maciel, Bóvio e Manhães (2011), os infográficos, por possuírem características semelhantes às do jornalismo online, conseguiram rapidamente se adequar ao modelo específico de produção de notícias para este meio. Manovich (2001), conforme citado por Ribas (2004, p. 129), concorda que a infografia na web mantém as características da infografia impressa, mas consegue facilmente ajustar-se ao meio digital, pois "ao serem realizadas através de outros processos tecnológicos, agregarem as potencialidades do meio e serem apresentadas em outro suporte, estendem sua função, alteram sua lógica, incorporam novas formas culturais".

Ribas (2004. p. 2) afirma ainda que no meio impresso a infografia é utilizada desde o princípio para explicar com maior clareza algum aspecto informativo tratado nos textos. Porém, ao ser inserida no ambiente da internet, a autora explica que a infografia pode ser apresentada de duas maneiras "como informação complementar de uma notícia, geralmente servindo de ilustração para o texto, ou como a própria notícia, a informação principal".

Diferente do meio impresso, onde os infográficos não apresentam recursos além de imagens e textos, a internet possibilitou que os infográficos se tornassem

multimídias. Nesse sentido, um infográfico é considerado multimídia quando combina diferentes mídias, como texto, fotografia vídeo, áudio, entre outros. Assim:

A mensagem multimídia deve ser um produto polifônico no qual se conjuguem conteúdos expressados em diversos códigos. E mais que isso, deve ser unitário. A mensagem multimídia não se alcança mediante mera justaposição de códigos textuais e audiovisuais, mas através de uma integração harmônica desses códigos em uma mensagem unitária. Um produto informativo que só permita acessar um texto, um vídeo e uma gravação sonora, separadamente, não pode ser considerado propriamente uma mensagem multimídia; trata-se simplesmente de um conglomerado desintegrado de mensagens informativas independentes. (SALAVERRÍA *apud* RIBAS, 2004, p. 5)

De acordo com Rocha (2014, p. 1), no meio digital, os infográficos possuem a especificidade de agregar vídeos, áudios e animações, criando uma nova linguagem. “Esses recursos e as informações neles contidas são visualizados a partir de ações do público. O conteúdo surge conforme o leitor clica, passa o mouse, arrasta algum elemento da tela do computador, celular ou outra ferramenta digital”.

Para ampliar a forma como entende-se a inserção dos infográficos no ambiente online, no tópico a seguir ocorrem duas classificações de autores diferentes, a primeira dividida por gerações, e a segunda considerando as potencialidades multimídia dos infográficos na web.

4.1 CLASSIFICAÇÕES DOS INFOGRÁFICOS NA WEB

Ricardo Amaral (2009) propõe uma divisão dos infográficos jornalísticos na web em quatro gerações, para isso, o autor utiliza de modo semelhante à classificação das gerações do webjornalismo apresentada por Mielniczuk (2003). Na primeira geração, o autor afirma que por serem recém incorporados no meio online, os infográficos são parecidos com os usados nos jornais impressos:

A única “inovação” em relação ao impresso é a possibilidade de clicar em botões de avançar e retroceder e o movimento dos elementos, sendo que novas partes do infográfico são acrescentadas, não havendo uma nova tela.

As características do webjornalismo são pouco utilizadas como forma de transmitir as informações. (AMARAL, 2009, p. 3)

A segunda geração é marcada pela utilização de algumas características do meio online, como a hipertextualidade. Essa linguagem, segundo o autor, permitiu que os infográficos começassem a contextualizar o seu conteúdo, já que através de *links* o usuário passou a "criar seu próprio caminho de leitura".

Webjornais espanhóis como *elmundo.es* e *elpais.com* utilizam a opção do menu dentro de seus infográficos, assim, além dos tradicionais botões de avançar e retroceder, o interagente tem a alternativa de fazer a leitura conforme seu interesse. Outro exemplo interessante ocorre quando os links são dispostos dentro do infográfico, dando a opção de clicar em algum detalhe, abrindo uma nova janela em pop-up. Exemplos assim são vistos para destacar locais em mapas, partes de corpos, peças de equipamentos, entre outros. (AMARAL, 2009. p. 5)

Na geração seguinte, segundo Amaral (2009, p. 7), os infográficos começaram a serem pensados especialmente de acordo com as potencialidades do meio online, principalmente os webjornais espanhóis, que incluíram em seus infográficos a multimídia, "não é uma simples convergência do material de jornal impresso unido com o da televisão. Mas sim, texto, foto, vídeo e demais elementos gráficos formam uma infografia jornalística que na sua totalidade foi pensada como uma peça única para ser disponibilizada na web". Além disso, a característica memória do webjornalismo também se torna presente nos infográficos, pois, devido a contextualização, muitos dos infográficos acabam tornando-se material de arquivo para utilização posterior.

A última classificação proposta pelo Amaral (2009, p. 9) são os infográficos de quarta geração, em que ele descreve tendências para o futuro. O uso da base de dados é a principal característica para essa geração, pois, "a sua utilização nos infográficos jornalísticos pode dar ao recurso a capacidade de utilizar a característica da personalização do conteúdo". Dessa forma:

O jornalismo on-line recorrerá necessariamente à tecnologia das bases de dados como especificidade que o distinguirá substancialmente do jornalismo dos meios tradicionais da imprensa, rádio e televisão. Enquanto não enveredar pela tecnologia das bases de dados, apenas será uma cópia dos meios tradicionais. Será essa especificidade que lhe conferirá maior rigor, maior objectividade e melhor cobertura da realidade humana a noticiar. (FIDALGO *apud* AMARAL, 2009, p. 11)

Amaral (2009) afirma que quando bem adequados, os infográficos da quarta geração podem ter a capacidade de explorar as características do meio online, contudo, isso não deve ser uma regra. O autor defende que a utilização dessas potencialidades “[...] não deve ser pensada como uma obrigatoriedade para toda a narrativa jornalística disponível no meio. Mas sim, como recursos que se bem explorados, principalmente nos infográficos jornalísticos, vão gerar um produto dinâmico e atraente ao interagente”.

A respeito dos infográficos multimídias, Beatriz Ribas (2004) se baseia em Nichani e Rajamanickam (2003) para elaborar uma tabela (ver figura 1) classificando esses infográficos. A autora considera todos os infográficos multimídias da web possuem 5 características e defende essa opinião com apoio bibliográfico de outros autores. Visto isso, Ribas (2004, p. 8) afirma que os infográficos são: Informativos, pelo intuito de representar a informação de forma gráfica; Narrativos: pela sua maneira de relatar, explicar acontecimentos e fatos relevantes; Simulatórios: considerando que a tecnologia possibilita que fazer representações do real; Exploratórios: nesse caso considera-se a exploração como segundo estágio da interatividade. A partir dessas características que a autora organiza os infográficos por Tipos, Estados e Categorias.

Figura 1 - Classificações dos infográficos multimídia no webjornalismo elaborada por RIBAS (2004)

| INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO | | |
|--|--|---|
| TIPO | | CARACTERÍSTICAS |
| Autônomo | | Contém todos os elementos de uma notícia sem a necessidade de um texto paralelo. O texto é elemento complementar à narrativa assim como outros códigos audiovisuais, integrados, constituindo uma unidade informativa independente. É a própria notícia. |
| Complementar | Ao texto | Serve como informação complementar à notícia principal apresentada na forma de texto. |
| | Ao infográfico | Serve como informação complementar à notícia principal apresentada na forma de um infográfico autônomo. |
| INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO | | |
| ESTADO | | CARACTERÍSTICAS |
| De atualidade | | É construído no momento dos acontecimentos. |
| De memória | | É um arquivo. Torna-se arquivo quando deixa de ser de atualidade. É ao mesmo tempo múltiplo, instantâneo e cumulativo (Palacios, 2000), considerando a lógica estruturante do ciberespaço (Machado, 2004). |
| INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO | | |
| CATEGORIA | CARACTERÍSTICAS | |
| Seqüencial | Demonstrar um acontecimento, processo ou fenômeno em seqüência, detalhadamente, necessitando o acompanhamento seqüencial para a compreensão da totalidade. | |
| Relacional | Permitir escolhas que desencadeiem e desenvolvam determinados processos, permitindo compreender as relações entre causa e consequência. | |
| Espacial | Reconstituir o interior de um ambiente, tal como ele é fisicamente, permitindo um 'passeio virtual'. | |

Fonte: RIBAS, Beatriz. 2004. "Infográfico Multimídia Webjornalístico". **Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo**, p. 8. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf. Acesso em: 4 jun 18

4.2 ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS DO PORTAL G1

Em 2006, o grupo Globo lançou o G1, portal de notícias hospedado no site da globo.com. A página é abastecida com conteúdo produzido pelos jornalistas e colaboradores do portal de todas as regiões do Brasil, também são incluídas no portal matérias dos programas jornalísticos da TV e rádio da emissora Globo.

Para delimitar o período dessa análise, optou-se por analisar do mês de março até maio de 2018 a seção *Especiais*, na qual o G1 dispõe um conteúdo mais interativo e multimídia. Durante esse período, foram publicados nessa seção seis infográficos. Além disso, também avaliamos durante uma semana os infográficos produzidos como recurso complementar às reportagens que estiveram como destaque no topo de página do portal.

O objetivo da análise foi compreender as funções atribuídas para os infográficos nesse veículo, e, assim, classificá-los seguindo as categorias de infográficos multimídia elaboradas por Ribas (2004) e a divisão por gerações vista em Amaral (2011).

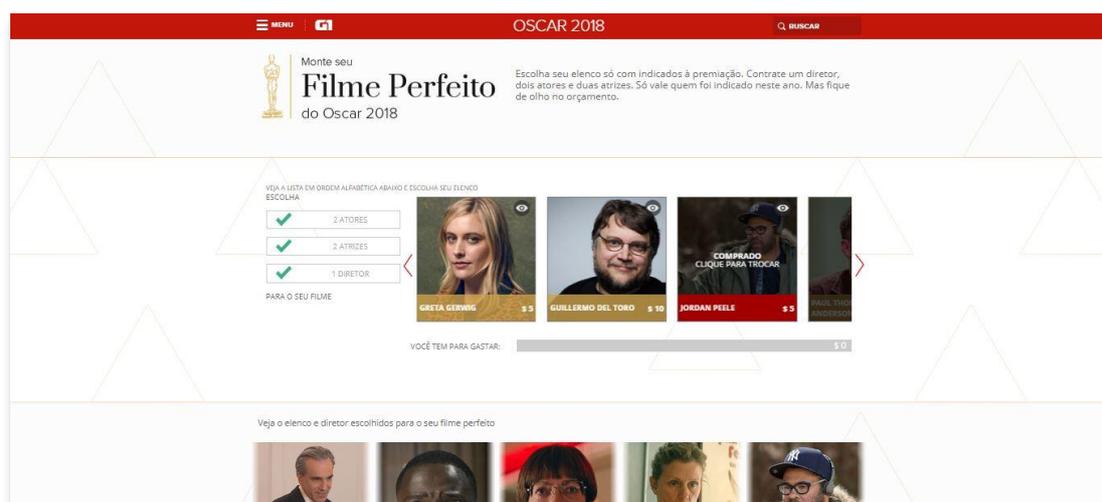
a) Especial: monte seu filme perfeito

Esse exemplar (ver figura 2) foi publicado no dia do Oscar 2018, o prestigioso prêmio do cinema mundial. O infográfico apresenta opções de atores, atrizes e diretores com seus respectivos valores para o internauta escolher e montar um filme. Ao clicar na foto de cada um dos envolvidos, o portal direciona para uma reportagem estilo resenha sobre o filme que o ator, atriz ou diretor foi indicado para o prêmio. Em relação a divisão em gerações, fundamentada por Amaral (2009), observamos nesse exemplar características de infográficos de quarta geração.

Além de possibilitar que o internauta interaja com o conteúdo, pois ele consegue clicar e arrastar, o infográfico oferece possibilidade de personalização do conteúdo, já que no final o filme perfeito foi escolhido totalmente pelo usuário,

parecido com outro recurso do jornalismo conhecido como *newsgame*². Outro aspecto importante é o *hiperlink* nas fotos dos indicados. Esse recurso mostra que foi usada uma base de dados, disponibilizando reportagens publicadas anteriormente pelo portal, para elaborar um conteúdo novo.

Figura 2 – Infográfico possibilita que internauta escolher elenco para filme



Fonte: <http://especiais.g1.globo.com/pop-arte/oscar/2018/monte-seu-filme-perfeito-oscar/> Publicado em: 04 março de 18

Em relação a classificação elaborada por Ribas (2004) sobre infográficos multimídias, o infográfico se enquadra autônomo, de atualidade e relacional, esse último devido ao fato de ser possível fazer escolhas que ajudam a compreender o conteúdo apresentado. Apesar de ser um conteúdo diversificado dos demais postados no portal sobre o evento, o especial oferece informações escassas sobre as pessoas envolvidas, bem como sobre o evento em si.

² “Os newsgames são a fusão da informação – advinda do formato jornalístico – com o universo lúdico dos jogos eletrônicos, com o intuito de informar e prender a atenção do usuário/jogador, envolvendo-o nos conteúdos de forma imersiva e divertida”. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p115>> Acesso em: 16 junho 2018.

b) Infográfico com vídeos do “O Brasil que eu quero”

Esse infográfico multimídia (ver figura 3) realiza um compilado dos vídeos de telespectadores dos telejornais da Globo respondendo à pergunta “Que Brasil você quer para o futuro?”. No infográfico é apresentada uma lista onde o internauta pode escolher o município, estado e telejornal da emissora em que foi veiculado. Assim, o vídeo torna-se mais fácil de ser encontrado. Após selecionar o vídeo, ao clicar no ícone *play*, abre-se uma nova tela para ele ser assistido.

Figura 3 – Infográfico reuni todos os vídeos veiculados nos telejornais da Globo



Fonte: <http://especiais.g1.globo.com/o-brasil-que-eu-quer/2018/videos/> Publicado em: 04 de março de 2018

Considera-se esse infográfico multimídia como de terceira geração, visto que, além de usar *hiperlinks*, outro recurso multimídia é utilizado, o recurso de vídeos. Levando em conta a classificação realizada por Ribas (2004), considera-se também o exemplar como autônomo, de memória (lista é parecida com um arquivo de vídeos) e relacional, pois o internauta consegue realizar escolhas dentro do infográfico. Dessa forma, o modo como foi elaborado esse especial tornou um conteúdo produzido para a televisão e transferido para a web, atrativo e interativo.

c) Infográfico com gastos dos senadores em 2017

Para mostrar quanto os senadores brasileiros gastaram no ano de 2017, o G1 elaborou esse infográfico (ver figura 4), deixando os dados mais organizados e fáceis de se encontrar. No topo da lista existem as colunas Nome, Partido e Estado dos senadores e, logo depois, os gastos divididos nas categorias: consultoria e pesquisa, locomoção, hospedagem e alimentação, divulgação de mandato, passagens, segurança privada, aluguel de imóveis e despesas relacionadas e correios e material para escritório político.

Figura 4 – O usuário pode interagir com as categorias da lista de gastos



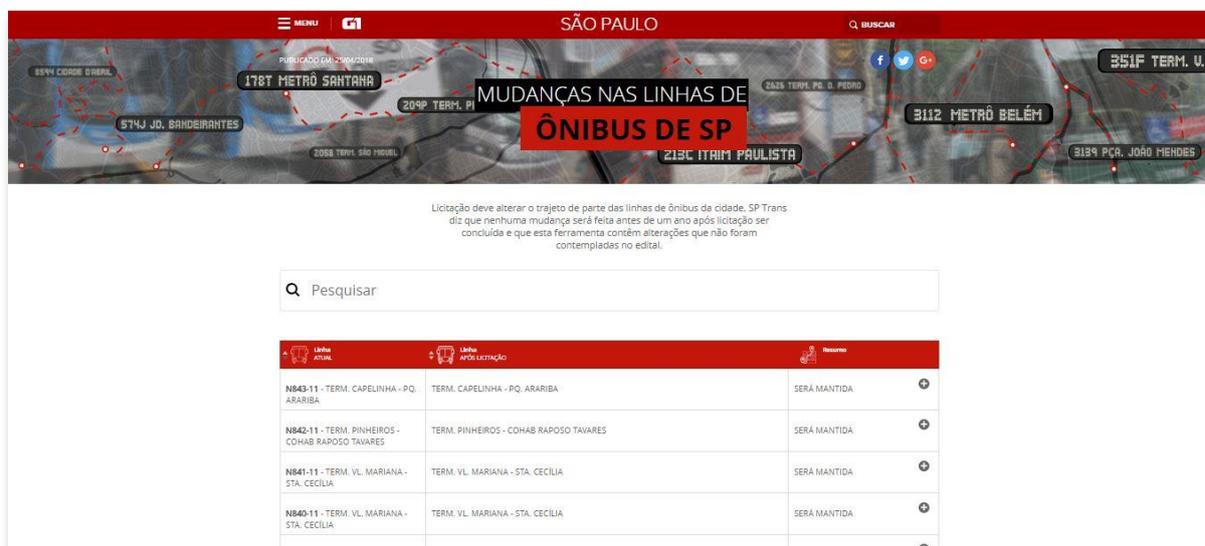
Fonte: <http://especiais.g1.globo.com/politica/gastos-dos-senadores-em-2017/> Publicado em: 21 abril 2018

Pode ser considerado como um infográfico segunda geração dos infográficos na web, já que se torna possível, abrir outras guias no infográfico e ainda oferecer diversas opções de escolha. Deste modo, o internauta tem participação ativa dentro do infográfico, visto que é permitido customizar as informações da forma como preferir. De acordo com as definições de Ribas (2004), ele é um autônomo, por não estar complementando nenhum texto.

d) Infográfico sobre mudança de trajeto de ônibus em SP

Para mostrar com detalhes quais foram as linhas de ônibus que tiveram seu trajeto alterado em São Paulo após uma licitação, o G1 elaborou um infográfico (ver figura 5). Nele encontramos categorias, linhas (atual), linhas (após a licitação) e resumo (se ela foi mantida ou alterada). Além disso, em cada linha existe um símbolo de positivo, que ao ser clicado dá acesso a um quadro com as mesmas informações. Mas, nesse caso, existe a opção de o internauta compartilhar em suas redes sociais.

Figura 5 – Com o infográfico é possível encontrar informações sobre as mudanças nas linhas de ônibus facilmente



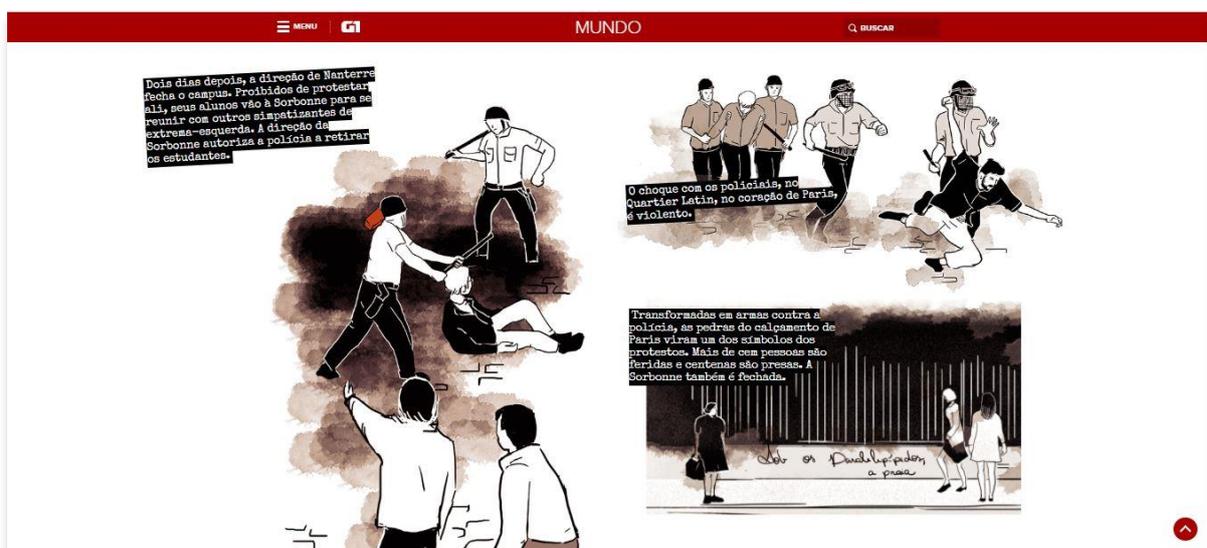
Fonte: <http://especiais.g1.globo.com/sp/sao-paulo/2018/mudanca-nas-linhas-de-onibus-sp/> Publicado em: 24 abril 18

Ao se apresentarem dessa forma, os dados tornam-se mais fáceis de serem encontrados e entendidos, uma vez que o usuário pode escolher ver somente as linhas que utiliza no dia a dia e ainda compartilhar com outras pessoas. Ou seja, por ter elementos característicos do meio online, compartilhamento, *hiperlink*, classificamos esse infográfico da web como de terceira geração.

e) Especial sobre a revolta francesa de 58

Ao completar 50 anos da revolta estudantil em Paris, o portal elaborou um especial (ver figura 6) que resgata alguns dos acontecimentos históricos desse período. O texto e as ilustrações são em formato semelhante ao das histórias em quadrinhos e permitem que o internauta tenha algum controle da narrativa, pois à medida que a barra de rolagem sobe ou desce, os desenhos adquirem cor e alguns possuem movimento. O infográfico não está acompanhado de outro texto, sendo assim, é considerado autônomo por conter todas as informações sem um texto de apoio. Além disso, ele pode ser considerado de memória, por oferecer informações que podem ser acessadas em qualquer tempo e não perderam sua validade.

Figura 6 – Ilustrações animadas são o destaque desse infográfico sobre a revolução francesa de 1968



Fonte: <https://especiais.g1.globo.com/mundo/2018/os-50-anos-do-maio-1968/> Publicado em: 05 maio de 2018

Nesse caso, entende-se que o infográfico se configura na segunda geração dos infográficos na web, devido a inclusão de algumas propriedades que não são possíveis no meio impresso e, também, características próprias da internet. Ao utilizar esses recursos que disponíveis no meio online no infográfico, notamos que a sua capacidade explicativa de um acontecimento histórico e complexo é ampliada.

f) Infográfico sobre queda de avião

O infográfico (ver figura 8) foi utilizado como complemento do texto de reportagem sobre um acidente na Praia da Barra, no Rio de Janeiro. O exemplar é constituído por um mapa que mostra o local da queda do helicóptero e informações como a distância. É um infográfico de primeira geração, sendo assim, considerado como estático e idêntico aos usados nos meios tradicionais impressos. O infográfico foi postado com instantaneidade e, talvez por isso, não foi possível elaborar algo mais aprofundando e com mais detalhes.

Figura 8 – Infográfico sobre acidente de helicóptero



Fonte: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/aeronave-cai-na-barra-da-tijuca.ghtml> Publicado em: 09 maio de 18

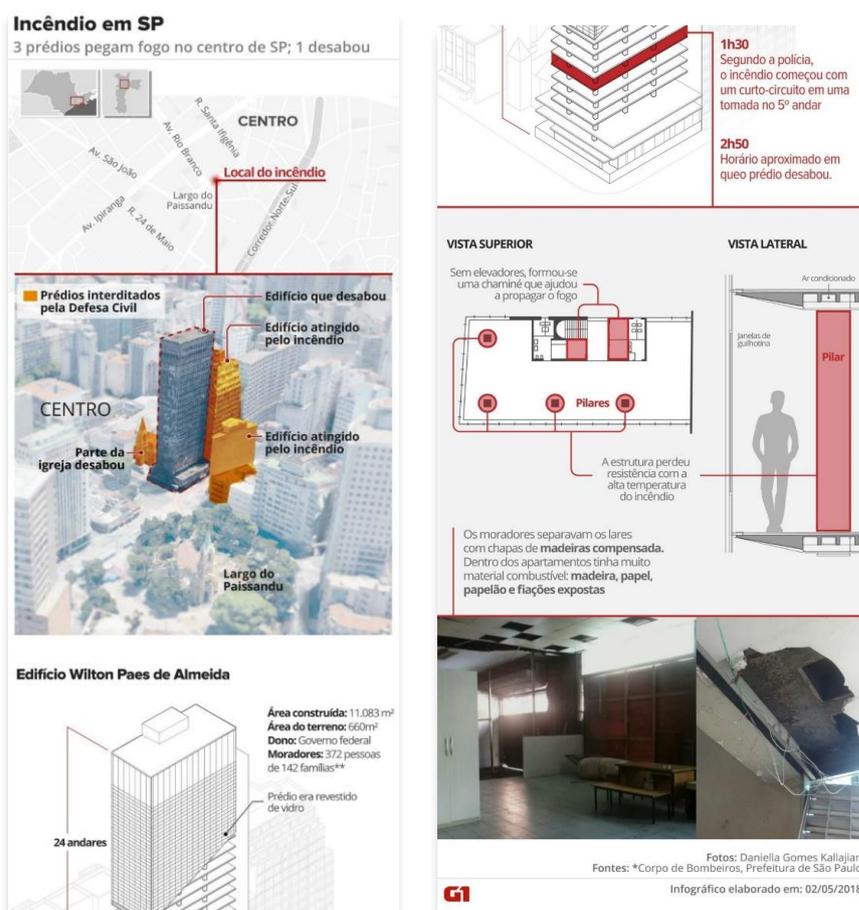
g) Infográfico estático sobre incêndio em SP

Esse infográfico (ver figura 9) fala sobre um prédio que desabou e outras construções interditadas por falta de segurança no Centro de São Paulo. No infográfico, podemos encontrar detalhes sobre a localização dos prédios e visualizar como era a estrutura interna, bem como especificações sobre a área e quantidade de

moradores. Por fim, são também inseridas no infográfico algumas ilustrações do prédio e fotografias enviadas por moradores. O exemplar está servindo como complemento do texto em uma reportagem tradicional sobre o acontecimento.

De acordo com a classificação por gerações compreendidas em Amaral (2009), esse infográfico deve ser considerado como de primeira geração, pois não apresenta nenhum outro recurso além de imagem estática e texto. Apesar de não negarmos o seu caráter explicativo e complementar, perante as diversas possibilidades do meio online, esse infográfico torna-se limitado. Por estar tratando de um incêndio, caberia um infográfico com mais recursos que exemplificassem como o prédio desabou devido à grande temperatura, por exemplo.

Figura 9 - Infográfico estático incêndio SP



h) Infográfico sobre PM que matou ladrão em frente à escola

O infográfico “Mãe à paisana reage e mata assaltante” (ver figura 10) mostra o passo a passo explicando o fato através de *prints* do vídeo gravado por câmeras de segurança. Além das fotos, foram acrescentados pequenos textos com informações sobre cada momento. Nesse caso, poderia ter sido animada, já que possui vídeos ou, ter alguma interação do internauta, como, por exemplo, um recurso de *slide*.

Figura 10 – Imagens de câmera de segurança são utilizadas para elaborar infográfico

Mãe PM à paisana reage e mata assaltante
Vídeo da ação mostra que a agente seguiu protocolo do Método Giraldi de tiro defensivo



1. Criminoso armado anuncia assalto;



2. Assaltante aborda uma das vítimas na porta da escola; mãe policial aproveita que bandido está concentrado na vítima e, discretamente, tira a arma da bolsa;



3. Em seguida, dispara três vezes no torso do ladrão; vítimas saem correndo;



4. Ladrão cai



5. PM corre para trás de carro estacionado, mas mantém arma apontada para assaltante;



6. Assaltante deixa arma de lado e pede ajuda;



7. Ainda mirando no ladrão, PM se aproxima e chuta revólver dele para longe;



8. Ela pega a arma do assaltante;



9. Mulher volta para a porta da escola e mantém arma apontada para assaltante caído;



10. Homem é imobilizado; ele foi socorrido, mas morreu

Fonte: Polícia Militar e Santa Casa de Suzano
Infográfico elaborado em: 14/05/2018



Fonte: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/pm-que-reagiu-e-matou-ladrao-em-frente-a-escola-seguiu-treinamento-para-aco-es-de-risco-criado-em-sp.ghtml> Publicado em 14 março 18

i) Infográfico sobre tiros na frente da escola em SP

Outro infográfico (ver figura 12) sobre a mãe que matou o ladrão em frente à escola, porém utilizando apenas ilustrações e textos para apresentar as informações. Ele foi publicado no mesmo dia do ocorrido, ao contrário do outro que já foi apresentado, mas com o mesmo objetivo, mostrar passo a passo os momentos desse acontecimento.

Figura 11 – Para elaborar o infográfico com ilustrações utilizou-se a PM e testemunhas como fonte



Fonte: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/pensei-apenas-em-defender-as-maes-as-criancas-diz-pm-que-matou-ladrao-apos-atirar-na-porta-da-escola-em-suzano.ghtml> Publicado em: 13 maio 18

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as constantes transformações do meio online, exige-se que o webjornalismo esteja constantemente acompanhando as suas evoluções. Isso em razão de sabermos que essas mudanças influenciam diretamente nos métodos de

disseminação de informações, de modo que possam contribuir para que a notícia esteja cada vez mais adequada para os usuários nesse ambiente. Afinal, as constantes evoluções tecnológicas também alteram os padrões culturais de consumo, que cobram, por exemplo, novas linguagens em apoio ao jornalismo tradicional. As possíveis interações nos infográficos são exemplos das demandas nascidas no consumo de informações no meio digital.

Observamos que os infográficos podem ser uma alternativa para trazer outras formas de notícia ao jornalismo praticado nesse ambiente digital. Essa utilização se intensifica quando falamos de infográficos multimídias, que podem agregar diversas características do meio online. Além disso, esse recurso possibilita que informações e dados complexos se tornem mais interessantes, didáticos e acessíveis à compreensão, fatores que podem aproximar os internautas desse recurso.

No início, quando o infográfico começou a ser utilizado nesse novo ambiente, esse recurso era apenas transferido dos meios impressos. Com o passar do tempo, e as evoluções das potencialidades do meio, as redações começaram a perceber um potencial a mais, os infográficos também evoluíram com o meio, tornando-se multimídia. Esse aspecto abriu uma série de oportunidades que, para muitos autores, são os diferenciais para considerarmos a união entre imagem, texto e outras mídias como um gênero jornalístico da web.

Porém, percebemos que este recurso não está completamente consolidado nesse espaço que permite inúmeras possibilidades de interação e customização. Durante a pesquisa no portal de notícias G1 notamos que na editoria *Especiais*, um espaço que deveria ser destinado a publicação com mais interatividade e personalização, há ainda uma limitação de recursos utilizados.

Apesar dos infográficos aparecerem com frequência em reportagens, não estão sendo utilizadas todas as possibilidades que esse recurso tem. Todos os infográficos utilizados diariamente são estáticos e complementares, que dificilmente seriam entendidos completamente sem o auxílio do texto.

Por isso, de acordo com os teóricos estudados, a infografia elaborada na plataforma não deve ser considerada gênero jornalístico, já que na maioria das vezes não carrega a autonomia e características. Todavia, não há como negar a capacidade informativa e complementar, que facilita o entendimento de informações como dados, localidades e situações.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Ricardo. **As Quatro Gerações dos Infográficos Jornalísticos na Web**. Evolução, utilização das características do webjornalismo e tendências futuras. Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Blumenau, 2009.

BARBOZA, Eduardo. **A infografia multimídia no Clarín.com e Folha.com**: o flash e HTML5 na ampliação das características interativas. 2015. 191f. Dissertação de (Mestrado em Comunicação Social; Área de concentração: Processos Comunicacionais) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/711/677>> Acesso em: 16 jun 2018

CIRNE, Lívia. **Novas imagens tecnológicas**: a infografia no jornalismo. Culturas Midiáticas - Revista do Programa de Pós-Comunicação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Ano III, n. 02, 2010. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/11731>> Acesso em: 16 jun 2018.

MACIEL, R.; BÓVIO, T.; MANHÃES. **Reflexões sobre a infografia no jornalismo online**. Revista Científica Internacional [On-line]. Disponível em <<http://www.interscienceplace.org/isp/index.php/isp/article/view/183/181>> Acesso em: 15 abr 2018

MORAES, Ary. **Infografia: História e Projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**: Planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus. 2003.

RIBAS, Beatriz. **Infografia Multimídia**: Um modelo narrativo para o webjornalismo. Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, FACOM/UFBA, novembro de 2004. Disponível em: www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf Acesso em: 15 abr 2018.

ROCHA, Ellen. **Infográficos interativos**: análise comparativa dos sites Ig, Veja e Estadão.com. Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, maio de 2014. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2014/resumos/R41-0102-1.pdf>> Acesso em: 16 jun 2018.

RODRIGUES, Adriana. **As potencializações e especificidades do infográfico multimídia como gênero jornalístico no ciberespaço**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, PE, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2976-1.pdf>> Acesso em: 16 jun 2018.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**. Proposta de novos critérios de classificação. Portugal: LabCom Books, 2009. (Coleção Estudos de Comunicação). Disponível em: <<http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/seixas-classificacao-2009.pdf>>. Acesso em: 15 abr 2018.

SILVEIRA, Luciana. **Modelo de caracterização de infográficos**: Uma proposta para análise e aplicação jornalística. Universidade de São Paulo Escola de Comunicações e Arte, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://infografia.lhys.org/wp-content/uploads/lhys_mestrado.pdf>. Acesso em: 11 jun 2018.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo – Conceitos, Análises e Conceitos**. Bahia: Edufba, 2010.