



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL

HABILITAÇÃO: JORNALISMO

ÁREA: WEBJORNALISMO

PROF. ORIENTADOR: MAURO CASTRO M.Sc.

**A INFOGRAFIA COMO FORMA DE NARRATIVA
WEBJORNALÍSTICA**

ANDERSON BARBOSA

RA 20654270

Brasília/DF, Julho de 2010

ANDERSON BARBOSA

A INFOGRAFIA COMO FORMA DE NARRATIVA WEBJORNALISTICA

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Mauro Castro – M. Sc.

Brasília/DF, Julho de 2010

ANDERSON BARBOSA

A INFOGRAFIA COMO FORMA DE NARRATIVA WEBJORNALISTICA

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Mauro Castro M.Sc.

Banca Examinadora:

**Prof. Mauro Castro - M. Sc.
Orientador**

**Prof. Mônica Prado - M. Sc.
Examinadora**

**Prof. Alexandre Ribeiro - M. Sc.
Examinador**

Brasília/DF, Julho de 2010

Resumo

Este trabalho pretende analisar a infografia multimídia com forma de narrativa webjornalística, onde se busca técnicas para informar o internauta com mais velocidade. O infográfico, que no meio impresso une texto e imagem para auxiliar a compreensão de notícia, no meio digital ganha outro poder, o de se transformar na própria notícia. O objetivo proposto pelo trabalho é analisar infografias publicadas em dois portais brasileiros de notícia: G1 e UOL, para descobrir se futuramente a infografia poderá ocupar o lugar da notícia no webjornalismo. Na qual pôde-se constatar que o grande espaço que a infografia multimídia está ganhando na mídia digital.

Palavras-chave: Infografia – Narrativa – Webjornalismo – G1 – UOL

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a toda minha família, principalmente a minha mãe e um grande homem, Marinalvo, que viu em mim a capacidade de me torna um grande profissional e que junto a minha mãe me proporcionou tudo que tenho e tudo que sou.

Dedico também a todos os colegas de sala, que juntos passamos por momentos tristes e felizes, compartilhando o nervosismo e apreensões. Saibam que cada um de vocês tem um espaço especial no meu coração.

AGRADECIMENTO

A Deus,

Que me deu o dom da vida e que sempre esteve ao meu lado, nas minhas quedas, nas minhas fraquezas, nas lutas e controvérsias, vitórias e derrotas. Sei que, principalmente agora, está ao meu lado.

A Família,

Que acompanha em cada passo da minha vida. Vocês são responsáveis por este momento tão marcante na minha vida. Por sua dedicação, pelo amor que me fez mais forte, me fazendo entender que sou capaz de ir mais além. Esta vitória também é de vocês.

Ao meu pai,

Que já está ao lado de nosso PAI, e que sempre sonhou em ver os três filhos formados. Isso já está sendo realizado. Quando subir ao palco para receber o meu diploma, o sentirei ao meu lado: sorrindo feliz. Sentirei tua mão carinhosa afagar meus cabelos e, nesse instante, te abraçarei em silêncio, sorrirei para você e deixarei fluir esta emoção em misto de imensa alegria e saudade.

Ao Mauro,

Orientador, por ter me transmitido as indispensáveis orientações para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos Colegas,

Por ter me auxiliado em vários momentos para alcançar a realização desse sonho.

Sumário

1	Introdução	7
1.1	Metodologia	8
1.1.1	O levantamento de Dados	10
2	Jornalismo e Publicidade	11
2.1	Jornalismo Gráfico: A utilização de imagens nos jornais.....	13
3	Infografia	17
3.1	A história do novo.....	21
3.1.1	No Brasil	22
4	Infografia na Internet	24
4.1	Os tipos de infografias multimídias.....	26
5	Análise do Conteúdo	29
5.1	G1 - Globo.com	29
5.2	UOL – Universo Online.....	34
5.3	No Webjornalismo	39
6	Considerações Finais	44
7	Bibliografia	46
8	Apêndice	48
	Apêndice A - Lista de infográfico analisados no portal de notícias G1	48
	Apêndice B - Lista de infográfico analisados no portal de notícias UOL.....	51
9	Anexo	54
	Anexo A - Classificação de Infográficos criada por Nichani e Rajamanickam	54

1 Introdução

Diante das novas tecnologias e das modificações nos modelos de comunicações, precisamos rever as linguagens e analisar o impacto que tais modificações provocam ao jornalismo, pois a passagem das informações impressas para a tela do computador produz novos formatos na comunicação.

A internet principalmente proporciona ao jornalismo, novas maneiras de comunicação, e uma delas é a Infografia Multimídia. Navegando pela web é possível notar que grande parte dos sites utiliza a informação visual, empregando os recursos tecnológicos digitais.

De acordo com Ribas (2004), a infografia é informação visual que existe desde a primeira junção de uma imagem com um texto alusivo, que no meio impresso é utilizada para explicar aspecto informativo com uma maior clareza. Já no meio digital aparece de duas maneiras distintas, como informação complementar à notícia ou até mesmo como a própria, sendo assim a informação principal.

Para Nichani e Rajamanickam (2003), a construção da infografia não é apenas a união do que pode ser lido com o que pode ser visto, mais “implica na filtragem de informações, estabelecer relações, padrões mais exigentes e representá-los de uma forma que permite que um consumidor de informações construa conhecimentos significativos”.

Ribas (2004) afirma ainda que a infografia digital possui as mesmas características essenciais da infografia impressa, “ao ser realizada através de outros processos tecnológicos, a infografia multimídia agrega as potencialidades do meio a ser apresentada, estendendo sua função, alterando sua lógica, incorporando novas formas culturais”.

Este trabalho pretende explorar os infográficos como forma de narrativa no webjornalismo, observando a utilização de infografias digitais publicadas em

portais de notícias brasileiros, no auxílio e na substituição da forma tradicional. Tendo como problema de pesquisa a seguinte questão: futuramente a utilização de infografias digitais na internet, poderá substituir notícias e reportagens sem perder informação?

Assim sendo, tem o objetivo geral de analisar se a tendência, da infografia digital, poderá substituir informações de notícias sem perder informação. Passando pelos objetivos específicos que são: descrever como as infografias são utilizadas no webjornalismo; compreender a função da infografia no webjornalismo; identificar e destacar as principais características e elementos das infografias digitais em sites; analisar a utilização de infográficos digitais como ferramentas de apoio aos textos nos sites pesquisados e analisar as infografias digitais produzidas nos sites;

Para chegar ao resultado final será realizada uma análise dos infográficos publicados nos últimos dois anos, em dois portais de notícias brasileiros, onde serão selecionados 100 infografias para analisar o poder dela sob a notícia.

1.1 Metodologia

Este trabalho tem o objetivo de analisar a narrativa da infografia no âmbito digital, para isso foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e textos sobre jornalismo, webjornalismo, design gráfico e infografia.

Para Duarte e Barros (2005, p.51) a pesquisa bibliográfica é o planejamento inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação da bibliografia até a apresentação de toda literatura examinada pelo aluno, evidenciando o entendimento do que foi dito pelo autor, acrescido das próprias idéias e opiniões.

Trata-se da única técnica utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico, como na apresentação de um trabalho no final de uma disciplina, mas pode também ser a etapa fundamental e primeira

de uma pesquisa que utiliza dados empíricos (DUARTE e BARROS, 2005, p.51).

Pelo difícil acesso a livros sobre infografia, que na grande maioria são internacionais, também foi empregada a pesquisa online em teses e dissertações sobre o tema, que pelo o grande volume informacional disponibilizado na Internet, foram encontrados dados e informações fundamentais para o resultado final deste trabalho.

A riqueza informacional da internet como fonte de informação independe das motivações e dos objetivos da busca. O atual volume de informação disponível no planeta e o seu crescimento exponencial têm relação direta com a evolução da tecnologia. A Internet contribui principalmente com a popularização do seu uso através da Web, que pode ser entendida como a porção da Internet que utiliza os conceitos do hipertexto – que permite interligações entre os conteúdos – e da multimídia – que permite os vários formatos de conteúdo, sejam texto, imagem, som, vídeos, etc. (DUARTE e BARROS, 2005, p.147).

Além da pesquisa bibliográfica, para alcançar os objetivos propostos por este trabalho, foi adotado também, o método de análise de conteúdo de três importantes portais da internet brasileira.

Para Duarte e Barros (2005, p.280) “a formação do campo comunicacional não pode ser compreendida sem se fazer referência à análise de conteúdo”. Segundo eles:

A Análise de Conteúdo, em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. (...) Desde sua presença nos primeiros trabalhos da *communication research* às recentes pesquisas sobre novas tecnologias, passando pelos estudos culturais e de recepção, esse método tem demonstrado grande capacidade de adaptação aos desafios emergentes da comunicação e de outros campos de conhecimento (DUARTE e BARROS, 2005, p.280).

Bauer (2002) declara que “a possibilidade de acesso, pela World Wide Web – WWW - , a arquivos on-line de jornais, programas de rádio e televisão levou a um renovado interesse pelas técnicas de análise de conteúdo” (BAUER, 2002 apud DUARTE e BARROS, 2005, p.281).

1.1.1 O levantamento de Dados

Para descobrir se futuramente a notícia em portais de notícias será substituída pela infografia multimídia e chegar ao objetivo final deste trabalho, foi realizada uma análise nos infográficos publicados em dois importantes portais de notícias do Brasil: G1 - Globo.com e UOL - Universo Online.

Foram selecionadas 50 infografias multimídias de cada portal, tendo um total de 100, nas quais foram publicadas nos últimos três anos. Os infográficos foram examinados com base na classificação de Ribas (2004), que será apresentada posteriormente, que os dividem por tipo: autônomo, complementar ao texto e complementar ao infográfico; por estado: atualidade e memória; e por categoria: seqüencial, relacional, espacial; e também pela qualidade do material apresentado.

Também será analisada a funcionalidade da infografia, onde inclui questão de entendimento, praticidade e design, que estão descritas abaixo:

- **Entendimento:** o modo e facilidade de como o fato contado e explicado pela infografia é entendido pelo internauta. Além da qualidade informacional;
- **Praticidade:** a praticidade e funcionalidade da navegação do internauta pelo infográfico;
- **Design:** a estética e qualidade de visualização do infográfico

2 Jornalismo e Publicidade

A comunicação é essencial para o ser humano, a importância de se poder comunicar para a sociedade, e o quanto ela é fundamental no dia-a-dia e nas vidas de cada indivíduo, pode ser percebida na frase de Bordenave (1998, p.45), “o homem não pode existir como pessoa humana, sem comunicação”.

A comunicação é um agente importante na sociedade, sem ele não existiria uma relação das pessoas entre si e com os meios de comunicação – o que leva a adquirir mais informações. Pode-se afirmar então que a comunicação “serve para que as pessoas se relacionem entre si e a realidade que as rodeia” (BORDENAVE, 2005, p. 36).

Não se tem um conceito claro do que é jornalismo, porque ele foi se propagando em vários segmentos, como o político, esportivo, participativo, e distintos suportes, como televisão, rádio, internet. Porém ele é considerado uma área da comunicação, e também “a profissão principal das pessoas que recolhem, avaliam e divulgam fatos ou notícias” (KUNCZIK, 2002, p. 16).

Traquina acredita que não é possível definir jornalismo em uma frase, ou até mesmo em um livro, porém tem que ser corajoso e tentar explicá-lo.

Pode mesmo parecer absurdo pensar que podemos responder à pergunta “O que é jornalismo?”, porém poeticamente podia-se dizer que o jornalismo é vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes. É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia (...). Pode-se dizer que o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’ da vida, das estrelas, de triunfo e tragédias (TRAQUINA, 2005, p.14).

Já Piedrahita, conceitua o jornalismo como um instrumento primordial da comunicação de massa, que é incumbido de informar de forma clara, própria e explicativa, e promover a circulação de notícias e idéias (PIEDRAHITA, 1993, p.19).

O jornalismo que se impõe no mundo é explicativo, de análise. Mais do que pontificar, aclara e abre caminhos. Os leitores são cada vez mais cultos e pedem informações antes reservadas a

minorias. Querem saber o que se passa no mundo (PIEDRAHITA, 1993).

Para Genro Filho, “o jornalismo é uma forma social de conhecimento, descendente da mais antiga e forma de conhecimento, que não tem base na universidade. Porém é uma forma que se cristaliza no oposto da universidade, na singularidade” (1987). Então pode-se resumir o jornalismo como uma técnica de difundir informação e que gera elementos para a formação da opinião pública.

Com o surgimento de novas tecnologias da comunicação, a imprensa começou a se modificar, adaptando às novas maneiras de tratamento e veiculação da notícia. Diante dessas mudanças, os jornalistas tiveram que acompanhar esse processo de mudança da informática e suas tendências. De acordo com Piedrahita (1993), “os jornalistas têm que se moldar ao jornalismo mais adequado para a época (...). Os profissionais da informação, terão que ser jornalistas, que saibam valorizar a notícia” (PIEDRAHITA, 1993, p.21).

Desde os princípios do século XX, a comunicação sofre grandes influências do capitalismo, quando passou a mesclar o jornalismo com a publicidade. As duas áreas que eram tão distintas obtiveram uma aproximação decorrente a globalização, transformando assim a maneira de se fazer jornalismo.

A lógica da publicidade, legitimada pela ética do consumo, pode estar contribuindo decisivamente para transformar a natureza da linguagem jornalística, esvaziando seu poder e reconfigurando o seu papel na sociedade. Os estudos e as pesquisas desenvolvidas ao longo do século XX indicam que a progressiva influência, a crescente conquista territorial e o exercício de catequização ideológica compulsória da publicidade sobre o jornalismo podem estabelecer a transformação radical da linguagem jornalística no terceiro milênio, cristalizando o que chamamos de jornalismo cor-de-rosa (MARSHALL, 2003, p.111).

Na sociedade contemporânea, as ferramentas antes utilizadas na publicidade para prender a atenção do público, estão invadindo e materializando-se cada vez mais nos materiais jornalísticos, como se já fizessem parte da essência jornalística. Marshall o identifica como “jornalismo transgênico”, pois utiliza elementos do jornalismo e elementos da publicidade, fazendo assim uma

nova roupagem para as informações. Enfim, o jornalismo e a publicidade se fundem e criam um novo produto midiático. (MARSHALL, 2003, p. 93)

Na contemporaneidade, as notícias de mídias impressas e eletrônicas incorporaram a estética da pós-modernidade e passam a utilizar mais recursos visuais, além de darem preferências a cores, textos curtos, manchetes e imagens bastante chamativas, infográficos, quadros explicativos, tudo para atrair e fixar a atenção do público.

Segundo Costa, “a manchete no jornal, as infografias e utilização de fotos, o recorte, a montagem, são condições para expor à venda e à circulação da mercadoria notícia” (COSTA, 2000 apud MARSHALL, 2003 p.146).

Com a estetização dos veículos de comunicação, o jornalismo passa a ficar mais inconstante, aumentando assim o consumo cultural do meio.

Essa maneira de se fazer jornalismo chegou ao Brasil através de duas correntes diferentes, a primeira originada nos Estados Unidos, USA Today, e a outra vinda da Espanha, periódico da Universidade de Navarra. Ambos os jornais utilizam imagens chamativas, textos enxutos e colorido vibrante. Para Marshall (2003, p.114), “Nesse novo jornalismo, não há mais limites, parâmetros ou referências. A linguagem incorpora, em dimensões variáveis, a densidade e a linguagem característica da persuasão publicitária”.

2.1 Jornalismo Gráfico: A utilização de imagens nos jornais

Tomando em consideração o ditado popular: uma imagem diz muito mais que mil palavras, o jornalismo aprendeu a utilizar este recurso. As imagens começaram a surgir nas páginas de jornais na pós-modernidade, primeiramente como forma de publicidade, pois descobriu-se que a imagem tem o poder de atrair, de criar e recriar a realidade, é impactante, além de falar por si própria.

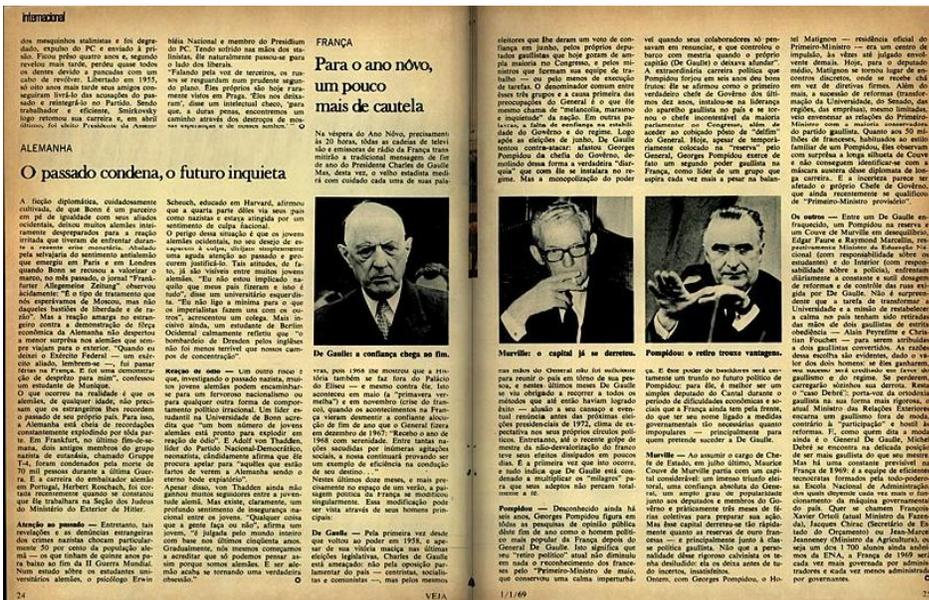
Na imprensa em geral, não é muito diferente, pois os meios de comunicação mais vendidos do país estão repletos de fotos, publicidades e infográficos. Pesquisa realizada em 2003, pela revista eletrônica de comunicação, Canal da Imprensa, demonstrou que os brasileiros preferem olhar a ler.

Amaral (2003) afirma que as imagens que existiam nos jornais eram apenas um complemento, sem muita relevância para o que o texto dizia. Eram utilizadas para “enfeitar” as páginas. Já para Sancho a imagem tem um valor muito grande para a comunicação. “O homem moderno entende melhor o que vê, do que lhe contam” (2001, p.15)

Com o passar do tempo, as imagens começaram a chamar mais atenção, o que certifica isso é que antes os jornais eram monocromáticos, possuíam apenas uma cor, e ultimamente eles se tornaram coloridos, parte deles traz somente algumas páginas coloridas, porém outros as trazem por completo, em toda a publicação. Isso foi decorrente a chegada da televisão a cores, que desafiou o jornalismo impresso, que temiam a redução de lucros publicitários. Há quase 20 anos atrás, Piedrahita afirmou que “um bom jornalismo não deveria necessitar da cor, porém, a realidade impõe-se. A sociedade massificada, com pouca vontade de pensar, sente necessidade do colorido” (PIEDRAHITA, 1993, p.25).

O professor e jornalista Dorneles, explica em sua tese sobre a evolução da imagem, que no início da década de 60, os textos ocupavam em média 70% do espaço das publicações e os outros 30% pelas imagens. Hoje em dia, o processo de construção das publicações é inverso (DORNELES, 2004).

Figura 01: Páginas da Revista Veja de 01/01/1969



Fonte: Acervo Digital da Revista Veja - http://migre.me/LyqC

Um exemplo claro da utilização dos recursos visuais, é a revista Veja, da Editora Abril, pois ao passar dos anos, elas diminuíram a quantidade de texto e utilizam mais imagens, porém sem perder informações – Figura 02.

Fig.02: Páginas da Revista Veja de 31/03/2010



Fonte: Acervo Digital da Revista Veja - http://migre.me/LyqC

A imagem, mesmo podendo ser manipulada, é o fato. Um texto, o melhor que ele possa ser, por maior que seja a versatilidade do autor, jamais conseguirá reproduzir uma cena como a imagem, o máximo que ele consegue construir é ela própria.

Já a jornalista do Portal Abril.com, Monique dos Anjos, acredita que “a idéia de se usar ilustração em publicações é de auxiliar o texto no entendimento da notícia, e não de um competir com o outro”.

Em 1993, Piedrahita já afirmava que os gráficos, mapas e desenhos intercalados entre textos ajudam a modernizar a página de um jornal.

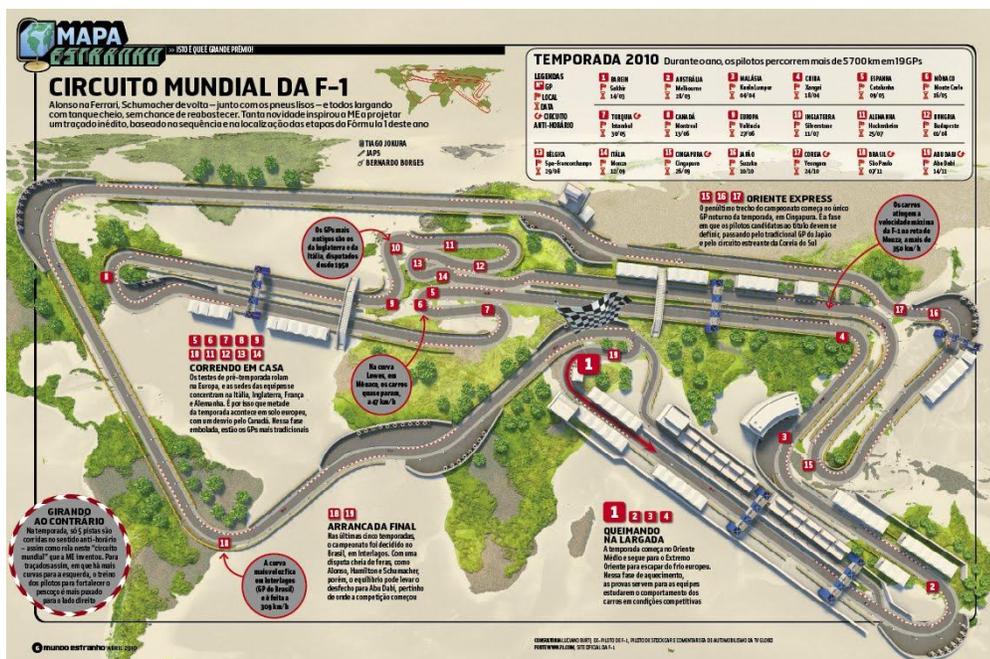
A função de um jornal é informar, interpretar, persuadir e entreter. Dar notícias é o principal, mas isso não basta. Há que fornecer notícias digeríveis e agradáveis ao tacto. A notícia que se venda nos jornais deverá se bem embalada para que atraia. (...) Naturalmente, a boa tipografia não é uma fórmula mágica para fazer um bom jornal, são precisos outros ingredientes (PIEDRAHITA, 1993).

O autor afirma ainda que uma imagem com dez palavras equivalha a mais de 1010 palavras, porém se estiver sozinha é apenas uma foto estranha, solitária, perdida. Isso demonstra o poder de compreensão que uma imagem possui, pois uma imagem com poucas palavras conseguem explicar mais do que somente um grande texto. Elas possuem informações necessárias que facilitam o entendimento do leitor.

3 Infografia

A infografia é uma ferramenta visual composta por elementos icônicos como desenhos, gráficos, mapas, fotografias – Figura 03. Elas são associadas ao texto construindo uma narrativa que permite a compreensão de algum fato específico, como acontecimentos jornalísticos ou algo difícil de descrever em uma narrativa textual. E tem como função facilitar a comunicação, aumentar a compreensão da informação pelos leitores, dar mais detalhes e explicações de acontecimentos.

Fig.03: Infográfico da Revista Mundo Estranho Abril/2010



Cairo define infografia como “ramo do jornalismo que usa a arte, tomando emprestadas ferramentas do design gráfico, da cartografia, da ilustração, da estatística e de muitas disciplinas”. O autor explica ainda que com o recurso o leitor recebe mais informações do que somente com o texto.

A infografia não somente mostra e descreve os fatos, mais ainda descobre conexões, padrões não evidentes na primeira vista que, se fossem representados, permaneceriam desconhecidos para o leitor (...). A visualização pela informação/infografia facilita a análise. A dimensão estética deve ser relegada a um segundo

plano, e é uma consequência da qualidade da informação (CAIRO, 2008, p. 29).

Sancho (2001), afirma que *info* não deriva de informática, e *grafia* não deriva de ilustração, pois segundo ele, infografia não é o mesmo que informação gráfica. Define-se então, que a infografia é “um produto do infojornalismo que em qualquer meio, permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos ações ou coisas, que acompanha ou substitui o texto informativo” (SANCHO, 2001, p. 21).

Segundo De Pablos (1999, p.18), a palavra infografia pode ter dois sentidos diferentes. O primeiro analisado como uma técnica de criação de imagens elaboradas no computador, por causa da raiz *info* derivada da informática. E o segundo, utilizando o mesmo prefixo, mas com sentido de informação, que seria a tradução correta do que venha ser infografia, informational graphics. O ultimo é adotado também por autores como Moraes (1998) e Sojo (2002).

De Pablos defende ainda, que todo infográfico deve ter título, lead com informações gerais, indicações das fontes e assinatura. “Este formato é adotado por boa parte das redações que têm tradição no uso deste recurso e contribui de maneira efetiva para a maior qualidade do material apresentado ao leitor” (De Pablos, 1999, p. 20).

Kanno (1998) define a infografia como recursos gráficos que são utilizados para explicar algum assunto ao leitor, podendo ser tipográficos, mapas, fotos, ilustrações e gráficos.

A função básica da infografia é enriquecer o texto, permitindo que o leitor visualize o assunto em pauta. Sua função secundária é embelezar a pauta tornando-a mais chamativa. Algumas informações são bem mais fáceis de representar infograficamente – por exemplo, onde fica a Mongólia -, mas, qualquer matéria pode ser acompanhada de um infográfico, seja ele um mapa, uma tabela ou um gráfico (KANNO, 1998).

No entanto, Kanno (1998) afirma que se em uma mesma edição, o uso de infográficos for generalizado, demasiado, os infográficos podem perder o poder de “sedução visual”. “Para garantir que a atenção se volte para ele, é aconselhável

que se faça somente dois ou três, para não correr o risco para o leitor ficar cansado de vê-los e achá-los desinteressantes”.

Scalzo afirma que o recurso “é uma maneira de proporcionar ao leitor informação, unindo gráficos, ilustrações, tabelas, desenhos, mapas, legendas [...] e acima de tudo, informação visual” (2003, p.74). Beatriz Ribas (2005, p.7) afirma que “infografia é uma representação gráfica de informações de caráter jornalístico ou não, mas podendo ser também institucionais, de serviços e de entretenimento, cujos conteúdos são explicações, informação e descrição de acontecimentos”.

Quadros (2005) acredita que a infografia é uma forma de comunicação, onde a imagem prevalece sobre o texto. “Ela se realiza com elementos icônicos e tipográficos que tornam mais fácil o entendimento da notícia, ressaltando seus aspectos mais significativos em associação com o texto e até substituindo-o” (QUADRO, 2005, p. 2).

Teixeira defende que um “infográfico presume a inter-relação indissolúvel entre a imagem, que deve ser mais que uma simples ilustração, e texto, que vai além de uma legenda ou título (2007, p. 113).

O infográfico, enquanto discurso, deve ser capaz de passar uma informação de sentido completo, favorecendo a compreensão de algo e, neste sentido, nem imagem e nem texto deve se sobressair a ponto de tornar um ao outro indispensável (...) Jornalistas e designers que devem focar não previamente a beleza de uma página – como crêem alguns – mas a qualidade e a clareza informativa, como um todo. O foco, sempre, é favorecer o leitor e a função primordial do jornalismo, enquanto forma de conhecimento (TEIXEIRA, 2007, pg. 113).

Minervini e Pedrazzini (2004, p.4) também compreendem que a infografia é uma nova forma visual de expor uma informação.

A infografia é empregada, no jornalismo atual para descrever um processo, uma seqüência ou, ainda, para explicar um fato complicado de visualizar ou dimensionar. Não surge com a intenção de substituir a fotografia, mas sim complementar a informação dos outros elementos, tanto gráficos como textuais da página. A função dos infográficos consiste em aportar dados de forma atual e dinâmica ao leitor para uma fácil e imediata compreensão da notícia. Portanto, é necessário alcançar um

equilíbrio entre o aspecto estético e o conteúdo, que deve ser claro, sintético e preciso (MINERVINI e PEDRAZZINI, 2004, p. 4).

Com o avanço tecnológico os infográficos estão cada vez mais presentes nas publicações brasileiras. Porém em torno disso acontece uma discussão se o infojornalismo é ou não é um gênero jornalístico. Em 2008, Errea publicou um artigo, no qual afirmava que a infografia irá salvar os jornais impressos.

“¿Por qué digo esto? Pues porque la infografía ofrece todas las herramientas para acabar con la fórmula clásicas de hacer periodismo: Información = Título + Texto + Foto. (...) Que, sin embargo, ha acabado por uniformizar la manera de contar la realidad, sometiéndola a los estrecho márgenes de la narrativa textual”. (ERREA, 2008, p. 58)

Errea (2008) afirma que com a infografia o jornalismo sairá da fórmula clássica de se fazer jornalismo, que segundo ele é: Informação = Título + Texto + Imagem, o que delimitava o fazer jornalístico somente para a narrativa textual.

A infografia, várias vezes pode ser confundida e até utilizada como sinônimo de mapas, gráfico e imagens. Alguns autores acreditam que ela é uma nova maneira de se fazer jornalismo, considerando-a um novo gênero jornalístico, já outros acreditam que a infografia é apenas uma técnica, uma ilustração, um recurso informativo. No webjornalismo deixa de ser uma imagem estática e passa a ser ilustrações e gráficos animados e interativos, chegando assim a ser uma reportagem multimídia. Segundo a jornalista Irene Machado só é considerada infografia se o projeto gráfico contar uma história ou passar alguma informação, pois ao contrário seria somente ilustração (MACHADO, 2002).

Existem críticos que não consideram o infojornalismo como um gênero jornalístico, mas sim como um subgênero. Gomis (1991) defende que o jornalismo possui dois gêneros: o informativo e o opinativo. Então o infojornalismo seria um subgênero do informativo. Porém diversos teóricos acreditam que ele é sim um gênero jornalístico. Segundo Ribeiro, a infografia pode ser considerada sim um gênero jornalístico.

Diversos teóricos da infografia assinalam, sem pudores, a sua independência já desde a década de 1990. Carlos Abreu Sojo, que

estudou a questão a fundo, sistematizou-a afirmando que a infografia é um estilo jornalístico autônomo porque se apresenta, formalmente, como uma notícia (tem título, texto e crédito) (RIBEIRO, 2008).

3.1 A história do novo

Segundo Kanno (2008), a infografia tem origem na pré-história, onde os primeiros mapas foram criados milênios antes da escrita. No século XVI, com expansão marítima da Europa, novos instrumentos e técnicas foram desenvolvidos e com elas surgiram novas formas de apresentação visual do conhecimento. O primeiro mapa foi criado cerca de 6200 a.C., ao qual representava uma cidade da Babilônia. Em 550 a.C. foi produzido o primeiro mapa mundi.

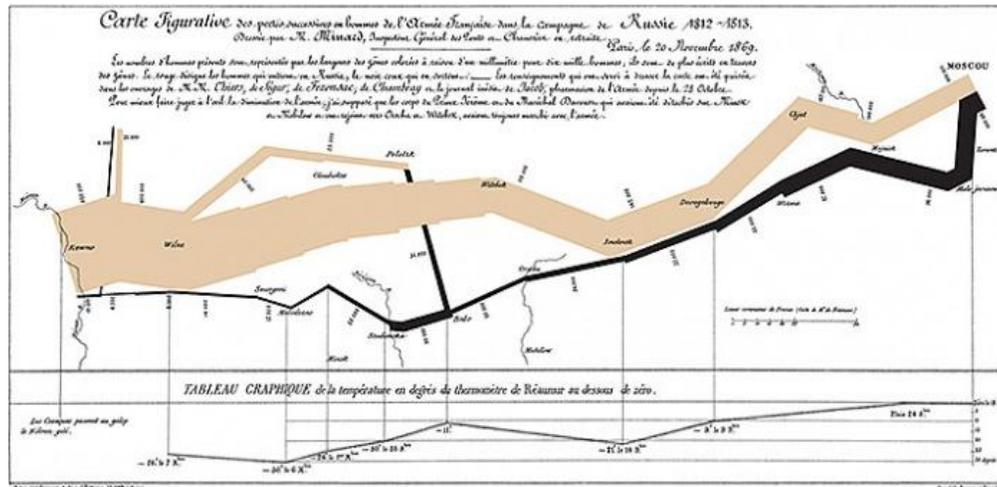
A partir de 1600, começa-se a ilustrar medições físicas, como o tempo, espaço, distância e astronomia, onde Christoph Scheiner criou vários gráficos para demonstrar a pesquisa astronômica sobre o sol, que fez. A medida que o tempo passa, mais dados passam a ser ilustrados, como economia, saúde e demografia. Segundo Kanno (1998) em 1786, William Playfair publicou o primeiro gráfico em seu livro *The Commercial and Political Atlas*, que é cheio de gráficos estatísticos que representam a economia da Inglaterra no século XVIII.

Em meados do século XIX, o aumento de ferramentas fez com que a produção de gráficos estatísticos e mapas temáticos aparecessem com mais frequência. Em 1861, Charles Minard criou um “infográfico” sobre a campanha de Napoleão contra a capital russa, Moscou – Figura 04 –, um infográfico que sintetiza como muita informação pode ser explicada em um espaço menor.

De acordo com Kanno (1998), a ilustração feita por Harry Back, na qual mostra todo o circuito do metro de Londres com bastante simplicidade é considerada o primeiro infográfico, criado em 1933. A partir de 1975, as inovações e o desenvolvimento de softwares e sistemas de computador foram a alavanca para o desenvolvimento desse gênero no periódicos nacionais e internacionais. E

em 1999, o aparecimento da internet e novas tecnologias permitem que a infografia passa a ser interativa e animada, assunto que será mais a frente.

Figura 04: Infográfico de Charles Joseph Minard



Fonte: <http://migre.me/LyNE>

Também Rodrigo Caixeta, a utilização de infografias nos meios impressos, principalmente em jornais, não é recente. Segundo o autor, “o primeiro exemplo de infográfico teria sido divulgado em 1702, no jornal inglês, The Daily Courant. Outro exemplo claro foi a lustração que ganhou primeira página do The Times, também de Londres, em 1806, que mostrava o passo a passo de um assassinato” (2005).

3.1.1 No Brasil

Na década de 70, os grandes jornais já possuíam nas redações pessoas especializadas em gráficos e mapas, porém somente a partir da década seguinte, que a infografia teve maior destaque.

A infografia chegou ao Brasil na década de 80, porém só teve reconhecimento na década de 90 durante a Guerra do Golfo, onde nos telejornais eram exibidas imagens escuras que de vez em quando aparecia um clarão dos bombardeios e a voz do repórter. E com poucos recursos, acabaram utilizando os

infográficos para ilustrar aos leitores e telespectadores o que acontecia no Kuwait. E a Guerra do Golfo tornou possível então o desenvolvimento de um novo gênero jornalístico até então pouco utilizado (MACHADO, 2002).

No Brasil, jornais como *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *O Dia* e revistas como a *Superinteressante*, e a *Saúde!* foram os pioneiros da infografia, a partir dos anos 90. Já no webjornalismo, onde a utilização dos infográficos é mais recente, cujo precursor foi o site UOL (TEIXEIRA, 2007).

Cairo (2008) afirma que o principal problema da infografia brasileira é a forma que as reconstruções dos fatos são feitas, pois o designer dá muita ênfase em detalhes, que não sabe se é verdade ou não. O que pode ocasionar a invenção de alguns dados, ferindo assim a prática e a ética jornalística.

4 Infografia na Internet

Após o processo gradativo de mudanças dos meios de comunicações e das novas tecnologias, a Internet disponibiliza ao jornalismo novas formas de transmitir uma informação, e uma delas é a Infografia multimídia ou online. E são utilizadas com o mesmo objetivo que as impressas, quando a notícia não possui imagens ou quando elas dizem pouco sobre o acontecimento, e quando a notícia é sobre acidentes, assassinatos e precisa-se de uma explicação mais minuciosa. Porém com mais recursos multimídias como o vídeo, áudio, texto, imagem, ilustração, animação.

De acordo com Palma (2006, pg.1) “as renovações das formas narrativas é realizada a partir das potencialidades que emergem junto do surgimento do Jornalismo Online. Não há como negar as implicações das novas tecnologias sobre os paradigmas do texto noticioso convencional”.

Para Salaverría (2003, pg. 3), a infografia é a área onde se percebe a maior avanço significativo para a linguagem jornalística da comunicação na Internet.

A infografia multimídia tem explorado formas jornalísticas revolucionárias, que aproveitam cada vez mais as potencialidades do suporte digital. Elas se tornaram peças jornalísticas puras, que integram textos, imagens estáticas e dinâmicas, 3D, sons, e cada vez maiores doses de interatividade (SALAVERRÍA, 2003, pg.3).

Autores como Cairo (2003), Chimeno (2003) e Errea (2004), afirmam que o dia 11 de setembro de 2001 marca a chegada da infografia na Web – Figura 05 –, pois foi a data em que ela foi notada como uma nova maneira de expressar a notícia visualmente.

Figura 05: Infografia do Ataque às Torres Gêmeas publicada no Portal G1



Fonte: Portal de Notícia G1 - <http://migre.me/LyIb>

Em livros e trabalhos publicados, podem-se encontrar diversos sinônimos referindo-se a infografia multimídia, como infografia digital, infografia animada, infografia interativa. Porém segundo Salaverría (2001), alega que multimídia é o termo mais adequado, pois identifica as mensagens transmitidas e apresentadas através de vários meios.

Ribas (2004, p. 4) diz que “o termo multimídia não exclui ‘interativo’, ‘digital’ e ‘animado’, características proporcionadas pelo meio a qualquer produto informativo”.

Assinalamos que a infografia multimídia pode aproveitar-se das seis características do meio: multimedialidade, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo, memória e instantaneidade contínua (RIBAS, 2004, pg.4).

Para Sancho (2003), a infografia no meio audiovisual é diferente da publicada no meio impresso. “A infografia é um produto que surge como uma nova maneira de apresentar a informação aproveitando das convergências dos recursos tecnológicos”.

Uma das vantagens dos infográficos multimídias para a versão impressa é que após de publicado pode ser modificado e assim adicionar mais informações

durante todo o dia do acontecimento, o que não acontece com os infográficos impressos que tem a hora exata de ser concluído. Cairo (2003) explica que a diferença de se trabalhar na web é não buscar o resultado final e sim substituir etapas para completar a anterior.

Amstel declara que “o infografista deve ter muita imaginação para criar peças interativas, que ultrapassem a ordem linear dos infográficos televisivos e a imobilidade dos impressos”. O autor acrescenta ainda que “o infográfico multimídia está ajudando a matar o jornalismo como conhecemos: linear, uníssono (...)” (2003).

4.1 Os tipos de infografias multimídias

Os autores Nichani e Rajamanickam (2003), criaram uma classificação para os infográficos – Ver anexo A – onde os qualificam como narrativos, instrutivos, exploratórios e simulatórios. Porém, esta não cabe à infografia multimídia.

Com base nesta classificação, a autora Beatriz Ribas (2004, pg. 6) propôs outra, na qual afirma que “todos os infográficos multimídia webjornalísticos” são:

Informativos: já que a infografia é primordialmente representação gráfica de informação e no jornalismo um dos principais objetivos é informar;

Narrativos: já que a narração é a maneira através da qual se relata, explica, demonstra, descreve, revela, acontecimentos, fatos ou ações de personagens ou da natureza de forma relevante e noticiável;

Interativos: em menor ou maior nível, considerando-se a natureza da nova mídia e o princípio da tela-ação, no mundo do design interativo, a ação se torna a razão de ser da informação;

Simulatório: considerando-se que em uma simulação é uma substituição dos sinais do real pelo real e a nova mídia permite ao usuário manipular a realidade através de suas representações;

Exploratório: considerando-se que a exploração é o segundo estágio da interatividade (RIBAS, 2004, pg.6).

A partir dessas características e da classificação de Nichani e Rajamanickam (2003), Ribas (2004) qualifica os infográficos multimídias webjornalísticos por tipos, estados e categoria, como pode ser visto nos quadros 1, 2 e 3:

Quadro 01: Tipos de Infográficos multimídia webjornalístico

INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO - TIPO		
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.

Fonte: Ribas (2004), Disponível em: <http://migre.me/MjMG>

Quadro 02: Estado de Infográficos multimídia webjornalístico

INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO - ESTADO	
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).

Fonte: Ribas (2004), Disponível em: <http://migre.me/MjMG>

Quadro 03: Categorias de Infográficos multimídia webjornalístico

INFOGRÁFICO MULTIMÍDIA WEBJORNALÍSTICO - CATEGORIA	
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 conseqüência.
Espacial	Reconstituir o interior de um ambiente, tal como ele é fisicamente, permitindo um 'passeio virtual'.

Fonte: Ribas (2004), Disponível em: <http://migre.me/MjMG>

Também será analisada a funcionalidade da infografia, onde inclui questão de entendimento, praticidade e design, que estão descritas abaixo:

- **Entendimento:** o modo e facilidade de como o fato contado e explicado pela infografia é entendido pelo internauta. Além da qualidade informacional;
- **Praticidade:** a praticidade e funcionalidade da navegação do internauta pelo infográfico;
- **Design:** a estética e qualidade de visualização do infográfico

5 Análise do Conteúdo

Os resultados serão apresentados separadamente por portais e posteriormente em geral, unindo os 100 infográficos.

5.1 G1 - Globo.com

As 50 infografias multimídias analisadas do portal das Organizações Globo, foram publicadas no espaço do site reservado somente para notícias, onde englobam diversas editorias como política, economia, esporte, entre outros.

Tabela 01: Funcionalidade do Infográfico – G1

<i>Qualidade</i>	<i>Percentual</i>
Funcional	76%
Não Funcional	24%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Dos infográficos examinados, 76% são funcionais - Tabela 01 -. O grande número de infografias que possuem boa qualidade, é decorrente ao padrão editorial estabelecido pelo Portal, o que os deixam acima dos demais portais pesquisados.

Figura 06: Compare os acidentes de Ayrton Senna e Felipe Massa – Infografia com Boa Funcionalidade.



Fonte: <http://migre.me/Nlhm>

Figura 07: Veja o que têm a dizer as vítimas da tragédia no Rio de Janeiro – Infografia com Funcionalidade Ruim



Fonte: <http://migre.me/Nlhm>

Quanto aos tipos, 54% dos infográficos analisados, são autônomos. Enquanto 44% acompanham o texto, os outros 2% são decorrentes a outras infografias - Tabela 02 –. A figura 08, que explica a versão da polícia para o Caso Isabella, é um exemplo de infográfico autônomo, que não necessita de um texto, ele próprio se sustenta.

Tabela 02: Tipos de Infográfico – G1

<i>Tipos</i>	<i>Percentual</i>
Autônomo	54%
Complementar ao Texto	44%
Complementar ao Infográfico	2%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 08: Caso Isabela - Morte de Isabella na versão da polícia



Fonte: <http://migre.me/NIhm>

Em relação ao estado – Tabela 03 -, 84% dos infográficos analisados, são de atualidades, de acontecimento. Já os outros 16% são de memória, que conta momentos históricos, ou até a vida de alguma personalidade.

Tabela 03: Estado do Infográfico – G1

<i>Estado</i>	<i>Percentual</i>
De Atualidade	84%
De Memória	16%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

A Figura 09, ilustra o que venha ser um infográfico de memória, pois mostra o que aconteceu e aonde estão os artistas nacionais e internacionais do primeiro Rock in Rio.

Figura 09: Saiba por onde andam os artistas do Rock in Rio I



Fonte: <http://migre.me/NIhm>

Já em categoria, - Tabela 04 - os resultados de dois tópicos ficaram bem próximos um do outro. Dos 50 infográficos estudados, 50% deles são seqüenciais, como o nome já diz, que narra um fato ou ilustra algo em seqüência. Outros 46% são relacionais – Figura 10 - , ou seja, causa e conseqüência, o internauta escolhe uma opção para saber de algo. Os outros 4% são infográficos espaciais, que mostra ao internauta o interior de algum recinto.

Tabela 04: Categoria do Infográfico – G1

<i>Categoria</i>	<i>Percentual</i>
Seqüencial	50%
Relacional	46%
Espacial	4%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 10: Terremoto no Haiti, uma semana depois



Fonte: <http://migre.me/NIhm>

Vale observar que um único infográfico pode se encaixar em mais de uma categoria, pela possibilidade que os recursos multimídias e a Internet possibilitam. Um exemplo disso é a Figura 11, que é uma infografia seqüencial, pois conta a invasão da polícia no apartamento aonde acontecia o seqüestro. E ao mesmo tempo espacial, pois mostra o interior do imóvel.

Figura 11: Caso Eloá - Veja como foi a invasão do apartamento no ABC



Fonte: <http://migre.me/Nlhm>

5.2 UOL – Universo Online

No portal de notícias UOL, as 50 infografias que foram selecionadas estão disponíveis na retransca “Infográficos” da área de notícias do site.

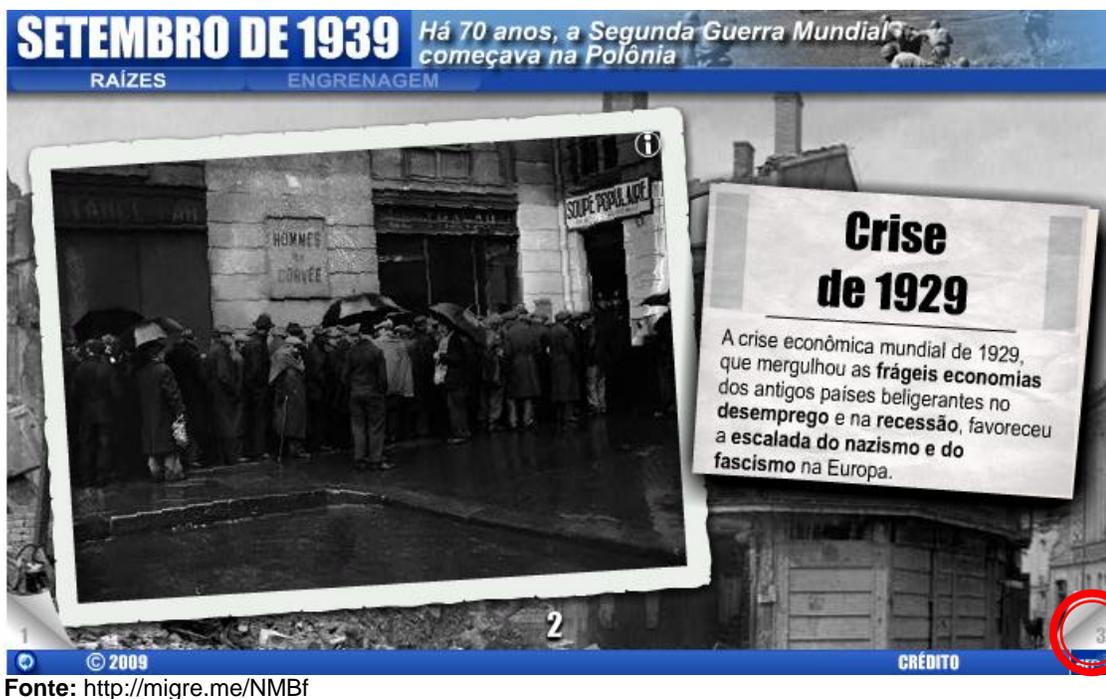
Ao contrário dos infográficos disponíveis no G1, os publicados no portal de notícias do UOL possuem alguns fatores negativos, como informações escondidas – Figura 12 –, quase imperceptíveis, que prejudicam o efeito que a infografia teria sobre o internauta. Diminuindo assim, a qualidade do produto final – Tabela 05 –.

Tabela 05: Funcionalidade do Infográfico - UOL

<i>Qualidade</i>	<i>Percentual</i>
Funcional	64%
Não Funcional	36%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 12: Há 70 anos, começava a 2ª Guerra Mundial



Ao que diz respeito aos tipos – Tabela 06 –, 92% dos infográficos publicados são autônomos, complementa ao texto ocupam somente 4%. Não foi encontrado nenhum infográfico complementar a outro.

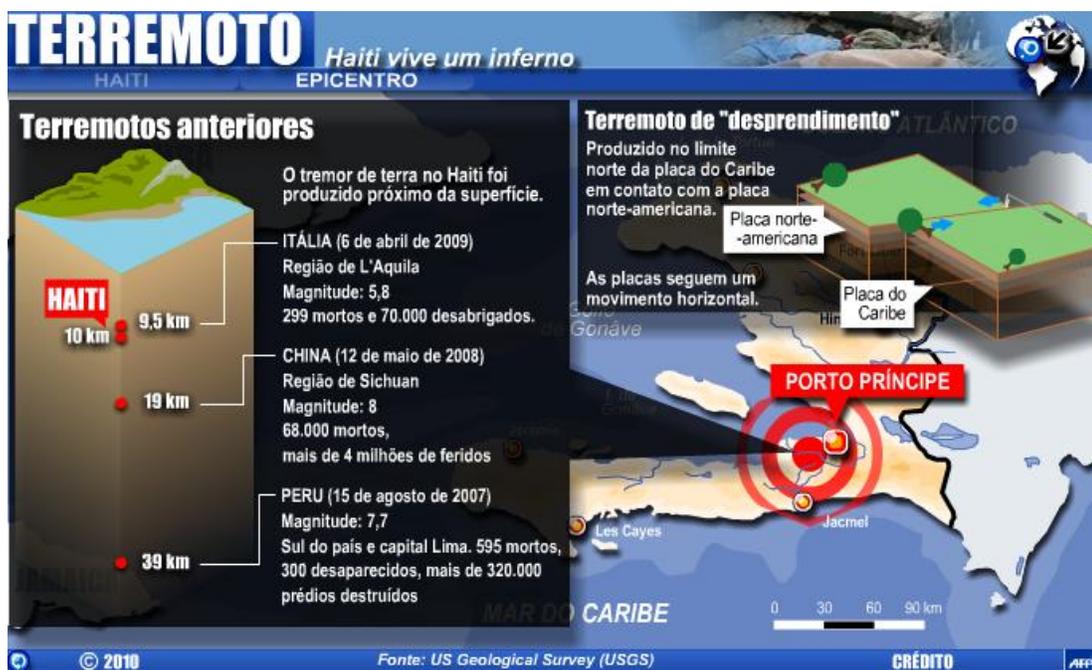
Tabela 06: Tipos de Infográfico - UOL

Tipos	Percentual
Autônomo	92%
Complementar ao Texto	8%
Complementar ao Infográfico	0%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

A infografia que explica o terremoto que atingiu o Haiti – Figura 13 –, não necessita de texto para ser entendido.

Figura 13: Há 70 anos, começava a 2ª Guerra Mundial



Fonte: <http://migre.me/NMBf>

Já em estado – Tabela 07 -, 70% dos infográficos analisados no portal, são de atualidades, os outros 30 % são de memória. A Figura 14, que conta a

trajetória de Nelson Mandela antes e depois da prisão, é um exemplo de infografia de memória.

Tabela 07: Estado do Infográfico - UOL

<i>Estado</i>	<i>Percentual</i>
De Atualidade	70%
De Memória	30%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 14: Saiba mais sobre a vida do líder sul-africano Nelson Mandela



Fonte: <http://migre.me/NMBf>

Em relação à categoria – Tabela 08 –, dos infográficos analisados, 60% narram acontecimentos encadeados, são seqüenciais. Outros 30%, são relacionais, que permitem encadeamento e desenvolvimento de informações. Os 10% restantes se encaixam a camada espacial.

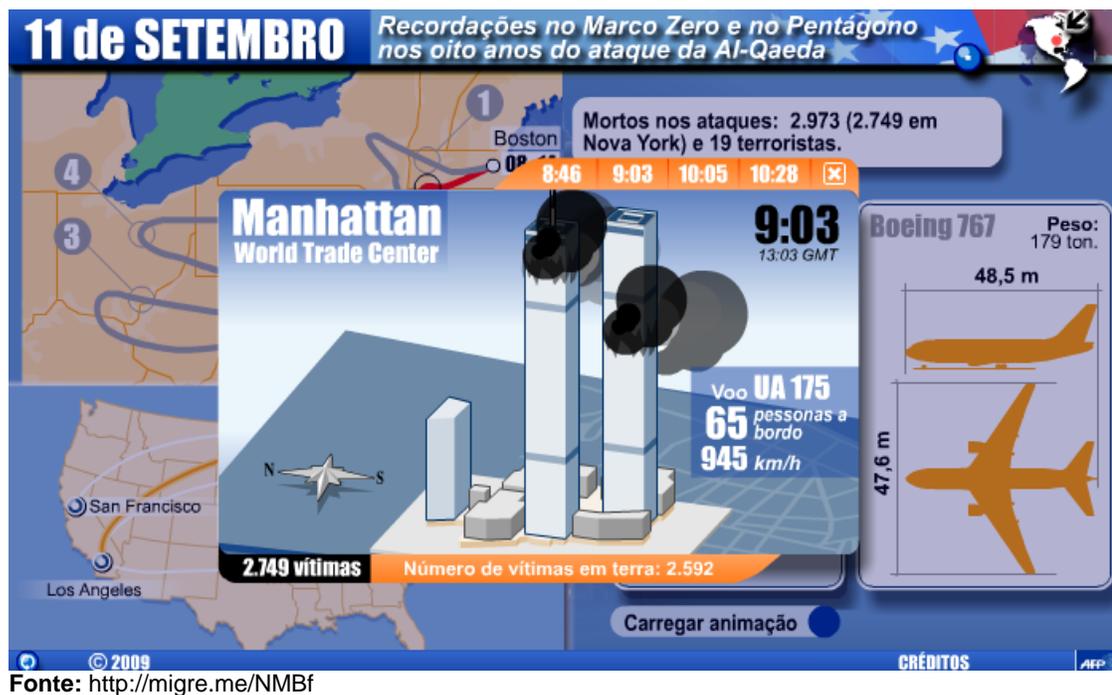
Tabela 08: Categoria do Infográfico – UOL

<i>Categoria</i>	<i>Percentual</i>
Seqüencial	60%
Relacional	30%
Espacial	10 %
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

O Infográfico, publicado em 2008 - Figura 15 - descreve seqüencialmente como foi o atentado de 11 de setembro 2001, ao World Trade Center, encaixando-se no tipo autônomo, no estado de atualidade e na categoria seqüencial.

Figura 15: 11/09 - Infográfico explica como foram os atentados



5.3 No Webjornalismo

Os infográficos dos dois portais, depois de examinados, foram reunidos para poder analisar a situação infográfica na Internet, mais especificamente no webjornalismo, totalizando 100 infografias multimídias e animadas.

Em questão de qualidade, 67% das infografias multimídias analisadas – Tabela 09 –, disponíveis na internet possuem uma boa qualidade, incluindo questão de entendimento, visualização e design.

Tabela 09: Funcionalidade do Infográfico no Webjornalismo

<i>Qualidade</i>	<i>Percentual</i>
Funcional	76%
Não Funcional	24%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

A Figura 16, mostra como a internet é versátil, no infográfico sobre o carnaval baiano, conta a história do axé. Ao clicar em cada estilo musical, aparece um breve texto e pode-se ouvir uma música.

Figura 16: As raízes do axé e do carnaval baiano

Fonte: <http://migre.me/Nlhm>

Quanto aos tipos de infográficos disponibilizados na Web - Tabela 10 –, 73% dos infográficos analisados, são autônomos. Enquanto 26% aparecem acompanhando o texto, os outros 1% complementam a outras infografias.

Tabela 10: Tipos de Infográfico no Webjornalismo

<i>Tipos</i>	<i>Percentual</i>
Autônomo	73%
Complementar ao Texto	26%
Complementar ao Infográfico	1%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

A figura 17, que explica o acidente aéreo da TAM no Aeroporto de Congonhas, é um exemplo de infográfico complementar, foi publicada para auxiliar o entendimento do fato, pois o texto não conseguiria dar detalhes que fazem a diferença na compreensão da notícia. O mesmo infográfico foi utilizado no Jornal Nacional.

Figura 17: Entenda o acidente com o avião da TAM

Entenda como foi o acidente



Fonte: <http://migre.me/NIhm>

Em estado – Tabela 11 –, 77% dos infográficos examinados, são de atualidades, os outros 23% são de memória. Um exemplo de infografia de memória – A Figura 18 –, é o infográfico que conta o que aconteceu com a plataforma de petróleo na costa americana

Tabela 11: Estado do Infográfico no Webjornalismo

<i>Estado</i>	<i>Percentual</i>
De Atualidade	77%
De Memória	23%
Total	100%

Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 18: Ameaça da maré negra na costa americana

Fonte: <http://migre.me/NIhm>

Em relação à categoria, - Tabela 12 – 55% dos infográficos estudados são seqüenciais, seguem uma seqüência lógica para explica o fato. Os outros 38% são relacionais, ou seja, o internauta pode escolher o que quer ver no infográfico. Os outros 7% são infográficos espaciais – Figura 19 -, que mostra ao internauta o interior de algum recinto.

Tabela 12: Categoria do Infográfico no Webjornalismo

<i>Categoria</i>	<i>Percentual</i>
Seqüencial	55%
Relacional	38%
Espacial	7%
Total	100%

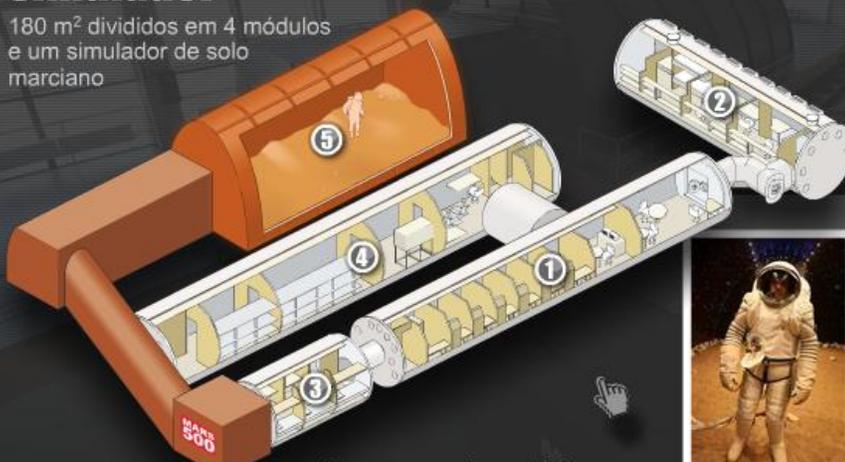
Fonte: Tabulação dos dados analisados pelo autor

Figura 19: Projeto simula viagem espacial a Marte

ESPAÇO Viagem simulada para Marte
MISSÃO SIMULADOR

Simulador

180 m² divididos em 4 módulos e um simulador de solo marciano



5. SOLO MARCIANO

Este espaço de 1.200 m³ de volume simula a superfície de Marte, na qual os astronautas vão caminhar vestidos com o traje espacial russo Orlan.



Passe o cursor sobre os módulos

© 2010 Fonte: Agência Espacial Europeia (ESA) CRÉDITO AFP

Fonte: <http://migre.me/NMBf>

6 Considerações Finais

Com a chegada das novas tecnologias, o jornalismo está utilizando cada vez mais a infografia na internet. O recurso é utilizado para a melhor compreensão da notícia, possibilitando ao internauta um entendimento mais conciso do fato.

Diante um ritmo de vida que força os usuários optarem por leituras rápidas, os infográficos vêm adaptando-se ao jornalismo digital, proporcionando maior agilidade a notícia e transformando-se em um importante elemento visual na internet. A infografia pode ser lida em poucos minutos, já que a parte visual predomina.

Neste trabalho foi constatado que a infografia está ganhando muito espaço na mídia digital, nos dois portais foram encontrados mais de 600 infográficos em cada. Os primeiros que foram publicados seguiam o mesmo modelo do impresso, porém estão em constantes mudanças. Ultimamente se têm utilizado os recursos disponíveis na Web como animações, vídeos, áudios.

Após a análise pode-se afirmar que a qualidade dos infográficos ainda está baixa, apesar de o resultado ser superior que a média das infografias analisadas. Algumas delas possuem problemas visuais como botões e informações muito escondidas, o que prejudica a compreensão dos fatos. Outro problema constante é infográficos que iniciam sozinhos, sem o internauta ter clicado em nada.

Com base nas tabelas de Ribas (2004) e na análise apresentada, pode-se responder ao problema de pesquisa, que futuramente os infográficos poderão substituir a notícia. Pois 73% das infografias examinadas foram apresentadas de forma autônoma, ou seja, aparecem como a notícia principal, sem o auxílio de texto. Através da análise pôde-se observar que todas elas respondem as questões básicas do jornalismo: o quê?, quem?, quando?, como?, onde? e por quê?, pois o objetivo proposto pela infografia é informar e não somente entreter o leitor. Podendo considerar essa modalidade também como um gênero jornalístico, que não vem ao caso ser discutido neste trabalho.

A infografia multimídia se encaixa perfeitamente na narrativa webjornalística, oferecendo ao internauta recursos que torna a notícia mais eficaz no meio digital.

Porém pode ser que isso demore de acontecer no Brasil, pois não são utilizados vários recursos que estão disponíveis na web. O que não acontece na Espanha, que em questão de infografia, está à frente do Brasil. Um bom exemplo é o portal do jornal El País, um dos percussores do infográfico no mundo. As infografias são publicadas de forma autônoma, porém utilizam em um só infográfico recursos como vídeos, áudio, imagens. E não param por ai, os infográficos do periódico se transformam em vídeos interativos, onde o internauta tem o poder de buscar informações no meio do “filme”.

Para avançar com a infografia no Brasil tem que se discutir mais sobre o tema, analisá-lo a fundo, e futuramente até transformá-lo em disciplina nas faculdades de jornalismo.

O futuro do jornalismo digital pode estar nas mãos da infografia, porém isso só irá acontecer quando o tema parar de ser tratado somente como uma ilustração animada da notícia.

7 Bibliografia

AMARAL, Fabiana. O texto fala melhor e ponto. São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/anteriores/vint3.asp> .

AMSTEL, Frederick van. Infográficos: o flash como recurso no jornalismo. 2003. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2003/07/14/infograficos-o-flash-como-recurso-no-jornalismo/> . Acesso em: 31/05/2010 às 18h37m.

ARMENTIA, José Ignacio. La infografía, ¿un nuevo género periodístico?, Tenerife: em Revista Latina de Comunicación Social, 1999. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/l/88/infozek.htm>.

CAIRO, Alberto. Infografia, Periodismo Visual y Literatura. Madrid: 2003. Disponível em: <http://infografista.blogspot.com/>. Acesso em: 31/05/2010 às 00h15m.

CAIRO, Alberto. Infografía 2.0: visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Alamut, 2008.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. São Paulo: Contexto, 2003.

GENRO FILHO, Adelmo. O Segredo da Pirâmide: Para uma Teoria Marxista do Jornalismo. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

KANNO, Mário. Marco na História da Visualização de Dados. São Paulo: disponível em <http://www.kanno-infografia.blogspot.com>, 2008.

MEDITSCH, Eduardo. O conhecimento do Jornalismo. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MINERVINI, Mariana e Ana Pedrazzini. El protagonismo de la imagen en la prensa, em Revista Latina de Comunicación Social, número 58, de julio - diciembre de 2004, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042058minervini.pdf>

PABLOS, José Manuel De. Infoperiodismo: El periodista como creador de infografia, Santa Cruz de Tenerife: Ed. Idea, 1999.

PELTZER, Gonzalo. Jornalismo iconográfico, Lisboa: Planeta Editora Ltda, 1992.

PIEDRAHITA, Manuel. Periodismo Moderno: História, perspectiva y tendencias hacia el año 2000. Madrid: Plátano Editora, 1993.

RIBAS, Beatriz. Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo. Salvador, 2003. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/producao.htm>. Acesso em 13/03/2010 às 21h21min.

RIBEIRO, Susana. O infográfico como gênero jornalístico. Bahia, 2008. Disponível em <http://infografiaembasededados.wordpress.com/2008/09/25/o-infografico-como-genero-jornalístico/>

SANCHO, Valero. La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos. València: Universitat de València, 2001.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2005.

8 Apêndice

Apêndice A - Lista de infográfico analisados no portal de notícias G1

1. Os estádios da Copa – 08/06/2010 11h11
2. Concentração de poluentes é até 10 mil vezes maior sob a superfície do Golfo - 09/06/2010 09h21
3. INFOGRÁFICO: veja a lista de convocados das seleções da Copa - 13/05/2010 21h08
4. Obama critica presidente da BP por vazamento e diz buscar 'traseiros para chutar' - 08/06/2010 13h57
5. Caixa lança edital para colocar agência bancária em barco na Amazônia - 24/05/2010 19h:12m
6. Infográfico: saiba por onde andam os artistas do Rock in Rio I - 11/01/2010 14h46m
7. Infográfico mostra pontos fortes e desafios da candidatura Rio 2016 - 29/09/2009 13h:23m
8. Entenda o acidente com o avião da TAM - 17/07/07 - 22h42
9. Caso Eloá: as trajetórias das balas que atingiram as reféns em Santo André - 18/10/08 - 14h15
10. Caso Isabela: Morte da Isabela na versão da polícia – 22/04/08 - 18h58
11. Entenda o Caso Isabela - 29/03/09 - 08h43
12. Quem é quem no Caso Isabela - 07/05/08 - 07h35
13. Golpe usa falsa notícia sobre Alexandre Nardoni para infectar computadores - 01/04/2010 15h:15m
14. Caso Eloá: Veja como foi a invasão do apartamento na versão da PM - 17/10/08 - 21h14
15. Veja o que têm a dizer as vítimas da tragédia no Rio de Janeiro - 09/04/10 - 18h50
16. Infográfico: como identificar a dengue - 22/03/08 - 20h39
17. Infográfico: entenda a Operação Satiagraha da PF - 09/07/08 - 18h55

18. Butantan começa a fazer vacina antigripe em outubro; conheça a fábrica por dentro - 20/08/09 - 06h30
19. Infográfico: veja os 'golpes' sofridos pelas Farc neste ano - 02/07/08 - 21h13
20. Infográfico mostra os seis casos confirmados da nova gripe no Brasil - 08/05/09 - 21h51
21. Veja infográfico sobre a morte do ator Douglas Barcellos - 28/12/08 - 16h37
22. INFOGRÁFICO: Senna e Massa - após 15 anos, batidas diferentes mas semelhantes - 26/07/09 - 14h56
23. Terremoto que devastou o Haiti completa uma semana - 19/01/10 - 06h30
24. Infográfico: a história do jipe na 2ª Guerra - 08/11/07 - 07h30
25. G1 dá dicas de presentes para o Dia dos Namorados - 06/06/2010 08h32
26. Infográfico: a história de Che Guevara - 07/10/07 - 10h40
27. Infográfico: caso dos irmãos mortos na Cantareira - 27/09/07 - 11h09
28. Infográfico compara Venezuela de Hugo Chávez à Cuba de Fidel Castro - 13/01/07 - 12h31
29. Infográfico: refém mata seqüestrador para fugir de cativeiro - 19/05/08 - 20h17
30. Veja infográfico de transplante de coração - 30/09/07 - 11h38
31. Conheça a trajetória política de Barack Obama - 05/11/08 - 03h38
32. Saiba mais sobre as buscas ao Airbus Air France - 02/06/09 - 16h31
33. 3 dos 4 remédios para emagrecer mais consumidos podem causar dependência - 30/03/10 - 15h46
34. Veja quem são os ministros que deixaram o governo e seus substitutos - 31/03/10 - 19h29
35. Eleições 2010 provocam mudanças no governo - 31/03/10 - 19h29
36. Chile pede ajuda internacional depois do terremoto que matou 723 no país - 01/03/10 - 10h58
37. Veja fotos do antes e depois do desabamento no Humaitá - 06/04/2010 - 14h20
38. Veja trailers dos principais indicados ao Oscar 2010 - 06/02/10 - 07h30
39. As raízes do axé e do carnaval baiano - 11/02/10 - 15h25

40. Após fusão, Pão de Açúcar será igual a Walmart e Carrefour juntos -
05/12/09 - 08h52
41. Mensalão de Brasília - 07/12/09 - 20h21
42. 'É a treva!' renova tradição de bordões das novelas - 19/07/09 - 08h00
43. Conheça a história e faça um tour virtual por Abbey Road - 25/09/09 -
07h00
44. Entenda o que pode mudar com o modelo de partilha de produção no pré-
sal - 08/10/09 - 07h00
45. Quadro do Grito da Independência é obra da imaginação do pintor -
07/09/09 - 07h05
46. Produtores de games dão dicas para quem sonha em trabalhar na área -
24/07/09 - 14h01
47. Entenda como funciona a interatividade na TV digital - 29/12/07 - 08h00
48. Veja onde estavam localizadas as obras levadas do Masp - 20/12/07 -
13h57
49. Veja como funciona um desfile de carnaval - 06/12/2007 - 22h23
50. Veja como o G1 produz seus infográficos - 22/09/07 - 00h05

Apêndice B - Lista de infográfico analisados no portal de notícias UOL

1. Naufrágio de navio gera tensão entre as Coreias; entenda - 21/05/2010 - 14h06
2. Saiba mais sobre o terremoto que atingiu o Haiti - 13/01/2010 - 16h05
3. Israel ataca navio com ajuda humanitária - 02/06/2010 - 17h34
4. Petróleo vaza há seis semanas no Golfo do México; saiba mais - 07/06/2010 - 16h16
5. Conheça a história da fronteira entre Israel e os territórios palestinos - 07/06/2010 - 14h16
6. Projeto simula viagem espacial a Marte - 07/06/2010 - 13h29
7. Casal Nardoni vai a júri popular por morte de Isabella; veja cronologia do caso - 17/03/2010 - 14h02
8. Tailândia reprime protestos dos "camisas vermelhas" - 20/05/2010 - 09h24
9. Brasil, Irã e Turquia assinam acordo nuclear; entenda - 19/05/2010 - 08h52
10. Ditadores que Lula visitou desde 2003 - 13/05/2010 - 08h00
11. Saiba mais sobre o governo de coalizão do Reino Unido - 12/05/2010 - 16h40
12. A estratégia para conter o vazamento de petróleo nos EUA - 03/05/2010 - 17h24
13. Saiba mais sobre a queda do governo na Bélgica - 23/04/2010 - 23h46
14. Linha do tempo mostra a evolução de Brasília – 15/04/2010 - 17h25
15. Saiba mais sobre o terremoto que atingiu a China - 14/04/2010 - 17h38
16. Conheça as origens e histórias do Dia da Mentira - 01/04/2010 - 17h10
17. Saiba como foram os atentados no metrô de Moscou - 29/03/2010 - 17h14
18. Endividamento ameaça zona do euro; entenda – 29/03/2010 - 15h50
19. Acelerador de partículas recria o Big Bang; entenda - 29/03/2010 - 15h33
20. Entenda a questão da censura do Google na China - 23/03/2010 - 17h50
21. Pnad 2008: o perfil dos domicílios brasileiros - 18/09/2009 - 10h00
22. Nova lei acelera júri do caso Isabella; compare com outros casos - 18/03/2010 - 07h00

23. Conheça os sintomas e as formas de contágio da gripe suína (H1N1) -
29/04/2009 - 14h42
24. Conheça a provável origem da gripe suína - 27/04/2009 - 14h13
25. Saiba mais sobre o acidente de trem que matou 18 pessoas na Bélgica -
17/02/2010 - 17h33
26. Conheça o Airbus A380, o avião "gigante" - 24/10/2007 - 19h23
27. Saiba mais sobre a vida do líder sul-africano Nelson Mandela - 11/02/2010 -
17h34
28. Como funciona o scanner corporal - 04/01/2010 - 17h25
29. Saddam Hussein é enforcado no Iraque - 30/12/2006 - 01h29
30. Saiba quais são os países mais corruptos do mundo - 17/11/2009 - 16h39
31. Apagão: entenda a distribuição feita pela linhas afetadas - 11/11/2009 -
17h19
32. Saiba mais sobre a história e como era o Muro de Berlim - 05/11/2009 -
15h57
33. 11/09: Infográfico explica como foram os atentados – 11/09/2009 - 18h33
34. Mapa mostra como os morros do Rio são dominados - 29/10/2009 - 07h00
35. Começa temporada de entrega dos Prêmios Nobel - 06/10/2009 - 17h19
36. Morte de Che Guevara completa 40 anos - 05/10/2007 - 17h19
37. Incêndios violentos cercam Atenas, na Grécia - 25/08/2009 - 19h01
38. Há 70 anos, começava a 2ª Guerra Mundial - 01/09/2009 - 07h00
39. Entenda o fenômeno climático El Niño - 13/08/2009 - 16h56
40. Conheça os aviões sem piloto que os EUA usam na guerra contra Al-Qaeda
– 20/07/2009 - 16h21
41. Após desaparecimento misterioso, navio Arctic Sea é encontrado -
17/08/2009 - 16h33
42. Acidentes aéreos que marcaram o mundo desde 1996 - 16/07/2009 - 17h06
43. Veja infográfico sobre o trajeto do voo AF 447 da Air France - 01/06/2009 -
15h46
44. Derretimento de gelo no Ártico ameaça ursos polares - 17/03/2009 - 17h31

45. Veja como será a cerimônia de posse de Barack Obama - 19/01/2009 - 17h50
46. Como se morre no Brasil - 06/11/2008 - 15h56
47. Jogos Olímpicos de Pequim: análise das performances de Usain Bolt e Michael Phelps - 22/08/2008 - 21h00
48. Entenda como se formam os ciclones - 21/05/2008 - 14h52
49. Entenda o Protocolo de Kyoto - 29/11/2007 - 16h58
50. Veja o infográfico sobre os 10 anos da morte da princesa Diana - 29/08/2007 - 17h02

9 Anexo

Anexo A - Classificação de Infográficos criada por Nichani e Rajamanickam

CATEGORIA	OBJETIVO	CARACTERÍSTICA
Narrativos	Explicam algo possibilitando ao usuário envolver-se com o propósito apresentado pela história.	Histórias (factuais, ficcionais, partidárias) contadas a partir de um ponto de vista. Incluem anedotas, histórias pessoais, de negócios, estudos de casos etc...
Instrutivos	Explicam algo habilitando o usuário a seguir seqüencialmente o conteúdo.	Instruções passo a passo que expliquem como as coisas funcionam ou como os eventos acontecem.
Exploratórios	Dão ao usuário a oportunidade de explorar e descobrir o conteúdo e suas invenções.	Qualquer narrativa que permita ao usuário explorar ativamente o conteúdo para compreender o seu sentido.
Simulatórios	Permitem ao usuário a experiência de um fenômeno do mundo real.	Qualquer narrativa que permita ao usuário experienciar um acontecimento como se estivesse nele.

Fonte: <http://migre.me/Mhyw>