

INFOGRÁFICOS NO WEBJORNALISMO

Um modelo independente de transmissão da notícia *online*

Infographics in webjournalism

Alexandre André Santos Pereira¹

Jean Carlos da Silva Monteiro²

Juliana Campos Lobo³

Resumo:

Este artigo propõe investigar a utilização da infografia como modelo independente de transmissão da notícia na *web*. O estudo explora a produção e a distribuição de conteúdo noticioso por meio da criação de infográficos como produto jornalístico independente, através da análise de dois infográficos publicados no Nexo Jornal, uma plataforma brasileira de notícias *online*. Em termos metodológicos, trata-se de uma pesquisa descritiva-exploratória que, por meio de levantamento bibliográfico, aborda o webjornalismo, suas gerações, linguagens e novos modelos de produção jornalística. Verificou-se que o Nexo Jornal utiliza infográficos de forma independente, possibilitando a transmissão visual do conteúdo noticioso aos seus leitores, muito embora não demande de todas as potencialidades que esse formato de publicação oferece.

Palavras-chave: infografia, webjornalismo, transmissão da notícia.

Abstract:

This paper aims to investigate the use of infographics as an independent model to broadcast news online. The study explores the production and dissemination of news through the creation of infographics as an independent journalistic product, by analyzing two infographics published in Nexo Jornal, an online Brazilian newspaper. In terms of methodology, it characterizes as a descriptive-exploratory study that based on a bibliographic analysis, addresses the role of web journalism,

¹ Especialista em Marketing e Mídias Digitais Faculdade pela Edufor. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisa em Práticas de Jornalismo Multimídia. E-mail: comunicacao.alexandre@outlook.com

² Mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão. Líder do Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação, Cultura e Comunicação Multimídia. E-mail: falecomjeanmonteiro@gmail.com

³ Doutora em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais pela Universidade de Aveiro (Portugal). Membro do Grupo de Estudo e Pesquisa DigiMedia Research Centre. E-mail: julianaclobo@gmail.com

in terms of generational time frames, languages, and new models of journalistic practices. Major results verified that Nexo Jornal uses infographics in an independent manner, which enables the visual transmission of news content to the readers, although the online newspaper still does not explore all the potential allowed by this type of publication format.

Keywords: infographics, webjournalism, news broadcast.

Introdução

A *internet*, de fato, transformou o modo como a notícia jornalística passou a ser transmitida e consumida (MONTEIRO, 2014). O que antes eram apenas cópias dos jornais impressos, agora passam a ser publicações em formato PDF, veiculadas nos *sites* dos veículos de comunicação. Essa adaptação para o ambiente digital contribuiu para consolidação do webjornalismo.

Diante dessa nova realidade proporcionada pelo ambiente digital, a notícia, além de textual, passa a ser cada vez mais visual, fazendo um contraponto ao jornalismo tradicional, tornando o texto apenas uma parte da notícia e adicionando outros recursos para facilitar a compreensão do leitor (PEDROZA; LIMA; NICOLAU, 2013). Sendo assim, os infográficos, a partir desse novo modelo de jornalismo produzido para a *web*, destacam-se enquanto produtos jornalísticos que transmitem a notícia por meio de imagens, cores, formas, vídeos, *links* etc.

Assim, considerando esse novo cenário da notícia, este estudo contempla uma análise da utilização da infografia como modelo independente de transmissão de notícia na *web*. Analisa a produção e distribuição de conteúdo noticioso por meio da criação de infográficos como produto jornalístico independente. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa descritiva que, por meio de levantamento bibliográfico, aborda o

webjornalismo, suas gerações, linguagens e novos modelos de produção jornalística. Por fim, abrange ainda um estudo exploratório no Nexo Jornal, etapa em que são analisados os infográficos publicados pelo referido veículo de comunicação.

1. Webjornalismo

O computador e a *internet* se tornaram ferramentas indispensáveis no processo de produção de notícias. Logo, desponta nessa conjuntura o webjornalismo, produção de conteúdo informacional exclusivamente para *web*. Em outras palavras, diz respeito à utilização de uma parte específica da *internet*, que é a *web*. Frente ao enorme volume e velocidade de informações, os jornalistas são o principal instrumento de filtragem para garantir a qualidade da notícia (LÉVY; LEMOS, 2010).

Mielniczuk (2003) destaca alguns impactos do computador e da *internet* no jornalismo, como o nascimento das edições *online*, a incorporação dos recursos multimídia na notícia, as alterações na escrita jornalística e o aparecimento de novos públicos. Além disso, houve maior participação dos leitores, pesquisa de assuntos, novos mecanismos para obtenção de informações, além de outras formas de contato com as fontes, rotinas de produção e trabalho com novas ferramentas.

Esses impactos relatados fizeram com que o webjornalismo passasse por quatro fases/gerações que, segundo Palacios (2002), são as formas como os jornalistas utilizavam o computador e a *internet* na produção de conteúdo para a *web*, conforme detalhado na Figura 1.

Figura 1. Fases/gerações do webjornalismo

1ª fase/geração	2ª fase/geração	3ª fase/geração	4ª fase/geração
<ul style="list-style-type: none"> • Os jornalistas copiavam o conteúdo de jornais impressos. As webnotícias eram dispostas em um PDF, com conteúdo estático, disponível para <i>download</i>. Nesta fase não havia preocupação com as particularidades da <i>web</i>. A transposição era só para “marcar presença” no ambiente <i>online</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mesmo submetido à metáfora do impresso, são desenvolvidos novos produtos. As publicações começam a explorar potencialidades do ambiente digital. Os jornalistas passaram a usar <i>links</i> nas matérias, e-mail para interação com o leitor e fóruns de discussões. Todavia, todo esse conteúdo ainda era fechado aos assinantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Neste momento foi iniciada a produção de conteúdos noticiosos originais desenvolvidos para a <i>web</i>. Os jornalistas passaram a explorar as potencialidades da <i>internet</i> para fins jornalísticos, como o uso de recursos multimídia, que promovia a convergência entre suportes diferentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Passou-se a pensar mecanismos que permitiam explorar, compor, recuperar e interagir com as narrativas jornalísticas, a partir da integração de banco de dados inteligentes, narrativas hipertextuais multimidiáticas e abas customizadas para o gosto de cada leitor.

Fonte: Palacios (2002)

Nesse momento nasceu a possibilidade de utilizar a infografia no jornalismo como produto noticioso, capaz de alcançar “o protagonismo na narrativa jornalística, onde sua atuação autônoma” (CORDEIRO, 2019, p. 158) poderia entregar informação ao leitor por meio unicamente da sua própria visualização.

2. Infográficos no jornalismo *web*

O uso de infográficos - representação visual de informações ou dados - teve destaque durante a Guerra do Golfo, em 1991, ante as imposições do governo norte-americano quanto à cobertura jornalística no ambiente da guerra (CORDEIRO, 2013). Diante da ausência de fotografias, os infográficos permitiam aos leitores o auxílio no entendimento sobre os detalhes do conflito vivenciado naquele momento.

Ao final da década de 90, a utilização de infográficos, que já era comum nos impressos, tornou-se frequente nos noticiários televisivos e logo migrou para as plataformas da *web*,

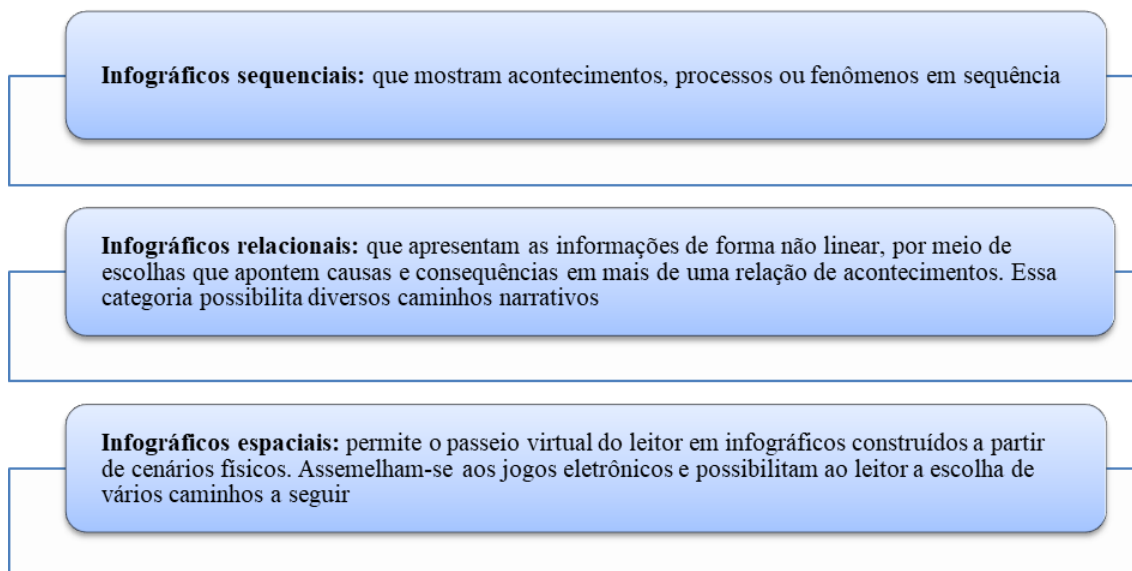
tendo seu destaque durante o ataque ao *World Trade Center*, em 11 de setembro de 2001. Nesse contexto, o uso de infográficos ganhou espaço, configurando-se “fortemente como texto expressivo, com amplo potencial narrativo e de imersão” (CORDEIRO, 2015, p. 33).

Nos dias atuais, a linguagem da *web* é hipertextual, na qual estão associados imagens, textos, vídeos, áudios etc., o que resulta em uma mesma narrativa (MONTEIRO, 2014). Em consequência, a utilização de infográficos no webjornalismo ganhou uma nova roupagem estrutural, oferecendo ao leitor inúmeras representações da notícia. Com efeito, “se um infográfico muitas vezes é publicado de uma forma completa em si e autônoma, ou seja, sem apenas complementar um texto, logo se têm uma unidade informativa, que dá conta da notícia/informação por si só, assim como as reportagens textuais” (RODRIGUES, 2011, p. 3).

A utilização de infográficos se estabelece como um novo formato para a visualização de informações (CORDEIRO, 2013). O formato de produção e consumo de notícias mudou, tornando-se mais hipertextual e não linear, afastando-se dos modos de leitura tradicionais antes vistos no jornalismo impresso.

Assim como qualquer outro tipo de linguagem, o infográfico possui distintas categorias. Segundo Amaral (2010), ele é categorizado de acordo com a sua função no texto jornalístico, conforme elencado na Figura 2.

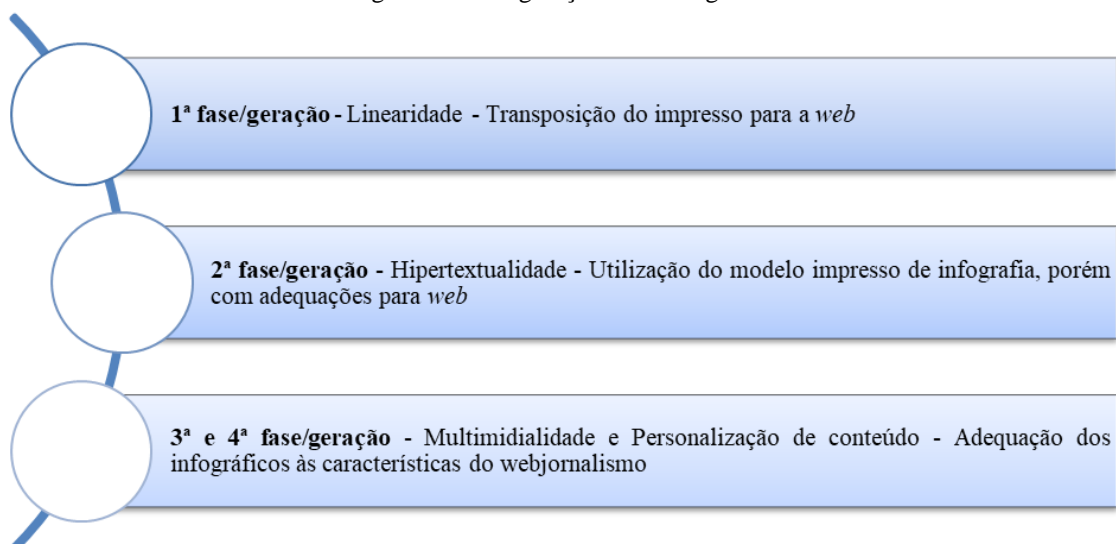
Figura 2. Tipologia dos infográficos



Fonte: Amaral (2010).

Além dessa categorização, eles são divididos em fases/gerações. Amaral (2010) aponta quatro gerações de infográficos, as quais consideram a sua relação com o jornalismo *web*, como demonstrado na Figura 3.

Figura 3. Fases/gerações dos infográficos



Fonte: Amaral (2010).

Com a percepção da relevância do uso de infográficos no webjornalismo, os portais de notícia passaram a vislumbrar o infográfico como um novo modelo de veiculação da informação de forma hipertextual, multimídia, personalizada para seus leitores e, a partir de então, utilizá-lo como produto noticioso independente. À exemplo disso, destaca-se neste estudo o Nexo Jornal, um portal de notícias que possui uma seção exclusiva destinada à produção de infográficos, o que não é tão comum em outros portais de notícias brasileiros.

3. Infográficos no Nexo Jornal: modelo independente de transmissão da notícia

O Nexo Jornal é um jornal digital lançado em 2015, cujo objetivo é “trazer contexto às notícias e ampliar o acesso a dados e estatísticas” (NEXO JORNAL, 2020, p. 1). A promessa do Nexo Jornal é oferecer aos seus leitores “um jornalismo que contribua para um debate público qualificado e plural, e que seja capaz de fortalecer a democracia brasileira” (NEXO JORNAL, 2020, p. 1).

Sua principal via de distribuição de conteúdo é o ambiente *web*, com foco na promoção de inovação por meio da “contextualização das informações e utilização de ferramentas como newsletters, podcast e gráficos” (ABREU, 2019, p. 57). Aliás, a produção de infográficos do Nexo Jornal ganha destaque em sua página principal do portal, redes e mídias sociais, sendo amplamente utilizada pelo referido veículo de comunicação.

Neste estudo, analisa-se a utilização do infográfico pelo portal Nexo Jornal, a qual é feita de forma primária, ou seja, o infográfico se torna a própria matéria jornalística. Para esta

análise foram selecionadas duas matérias que ressaltam a utilização de infográficos, sendo a primeira a ser analisada do dia 1 de maio de 2020 e a segunda do dia 16 de abril de 2020, ambas sobre a temática da Covid-19 e o seu crescimento em estados brasileiros e em outros países do globo.

O infográfico apresentado na Figura 4 é de categoria sequencial, pois denota características dos infográficos da 2ª fase/geração e contém uma breve animação, em formato GIF, sobre o mapa do Brasil, cuja linha do tempo assume as datas de 25 a 30 de abril. A seguir apresenta a aparição do crescimento sequencial de “picos vermelhos”, representando as cidades onde foram constatados casos confirmados da Covid-19 e suas respectivas quantidades, de acordo com a escala relacionada ao lado do mapa.

Figura 4. Infográfico do Nexa Jornal sobre a evolução da Covid-19 por municípios

A evolução dos casos de covid-19 nos municípios brasileiros

Lucas Gomes e Gabriel Maia 01 de mai de 2020 (atualizado 01/05/2020 às 00h55)

As cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza concentram mais de um terço dos casos confirmados da doença no país. Desde o primeiro registro, em 26 de fevereiro, a capital paulista já contabilizou 16.638 pessoas infectadas

TEMAS

BRASIL

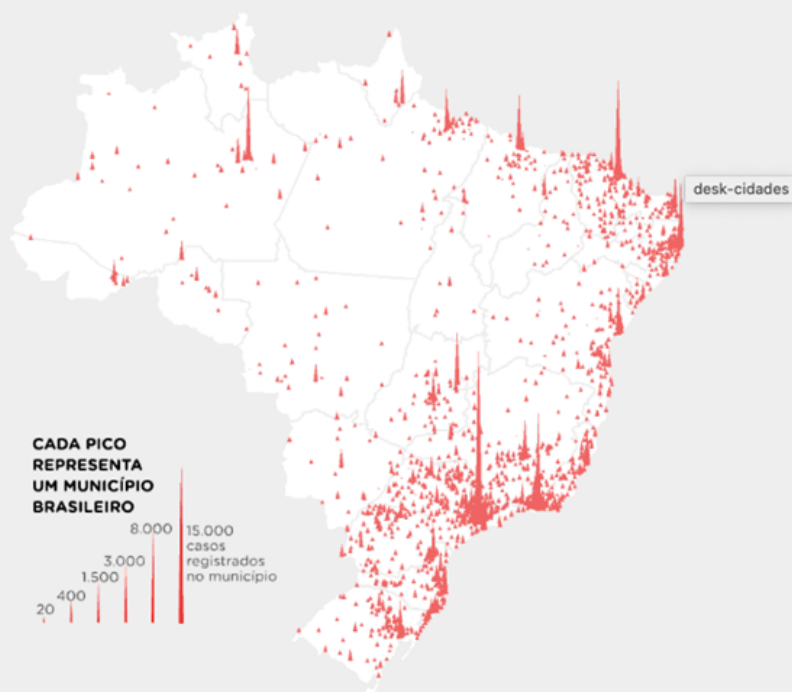
COMPARTILHE

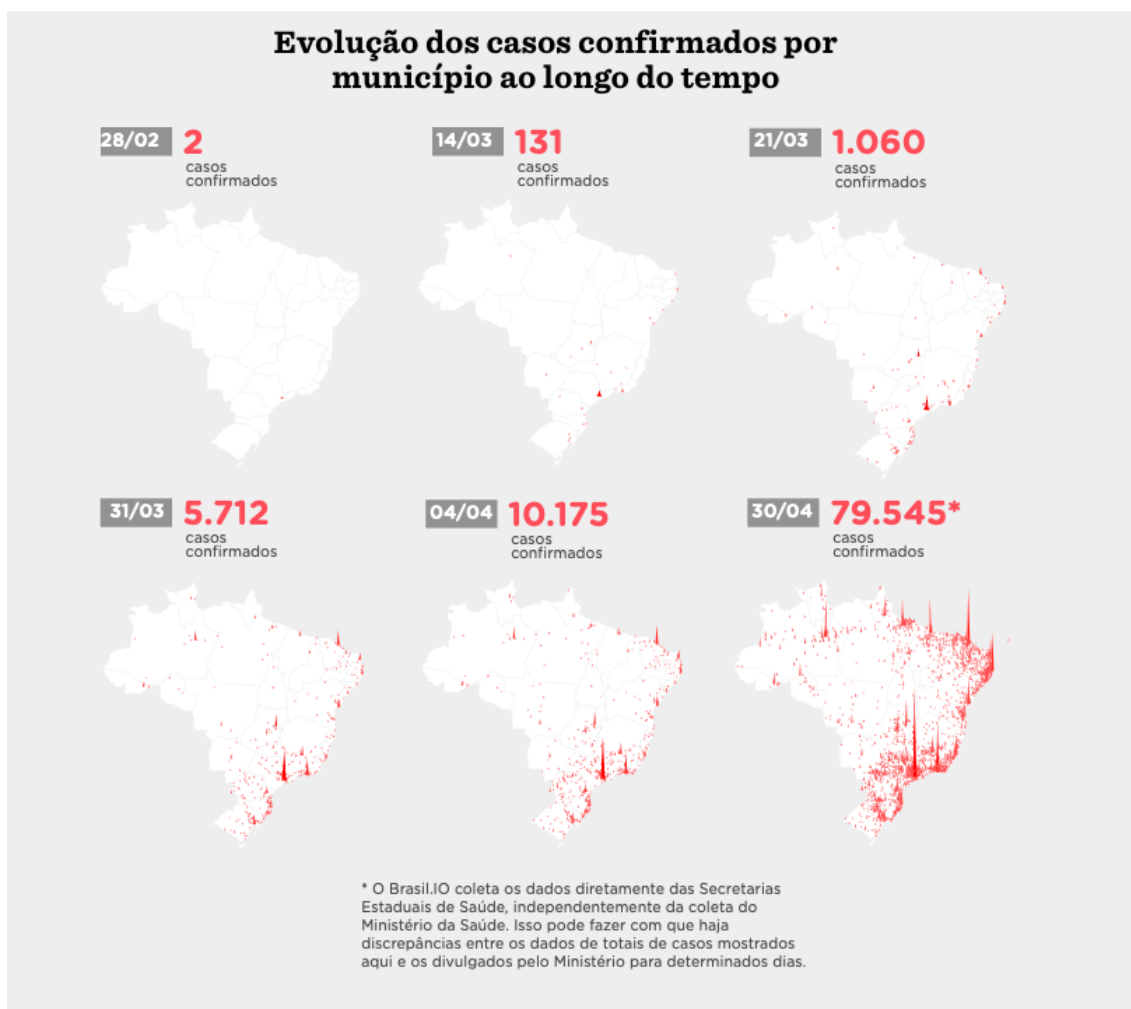


Evolução dos casos confirmados de coronavírus por município

25/02

30/04





Fonte: Nexo Jornal (2020).

Em sua utilização enquanto recurso noticioso independente, o infográfico analisado consegue ser objetivo quanto ao conteúdo. A produção textual é mínima, apenas para situar o leitor sobre quais são os dados de cada elemento que compõe o infográfico. Como afirma Cordeiro (2015, p. 33), “A dinamicidade proporcionada pela internet favoreceu uma lógica além das produções estáticas do suporte impresso, estabelecendo narrativas não-lineares”.

As cores e ilustrações são responsáveis por levar o leitor à compreensão da informação. Nota-se que apenas o infográfico produzido mostra-se capaz de transmitir os dados de forma clara, coesa e coerente, permitindo ao leitor entender a dimensão das informações expostas por meio de imagens e GIFs. O infográfico cria essas condições por meio da convergência dos diferentes formatos midiáticos (CORDEIRO, 2013).

Outro fator importante está ligado ao apelo visual, que pode ser notado, principalmente, pelo contraste das cores utilizadas, destacando as áreas com maiores índices em tons escuros e que contrastam com os tons claros das áreas do mapa, que corresponde ao menor número de casos confirmados. Esse fato se dá porque “as cores desempenham um papel importante na nossa percepção visual, uma vez que influencia nossas reações sobre o mundo que nos rodeia” (CARVALHO, 2013, p. 1).

Tais características proporcionam à infografia a capacidade de se tornar cada vez mais autônoma quanto à transmissão da informação. O uso de cores, formas e diferentes formatos midiáticos conferem aos infográficos “alta capacidade expressiva, narrativa e de imersão” (CORDEIRO; LONGHI, 2018, p. 161), pois, com menos texto para visualização, o foco do leitor localiza-se na convergência de informações visuais disponíveis.

O segundo infográfico começa com a visualização das medidas que têm sido consideradas pelos diversos governos para minimizar o impacto da pandemia em seus territórios. As medidas são apresentadas através de ilustrações e de uma legenda que complementa o que está sendo visualizado pelo usuário. Essa primeira parte do infográfico é mais linear, sem a utilização de recursos multimídia, diferentemente do que é visto na segunda parte.

Já na segunda parte, o infográfico contém uma animação, também em formato GIF, sobre os países do globo, que mudam de cor conforme a linha do tempo vai demonstrando os índices de respostas dos governos em relação à mitigação da pandemia. Essa linha do tempo começa no dia 23 de janeiro e termina no dia 12 de abril de 2020. À medida que o tempo avança, o mapa vai diferenciando as cores dos países que tomaram medidas mais restritivas, considerando o aumento dos casos da Covid-19. Nesse caso, os tons de azul mais escuros evidenciam os países que tiveram um cenário mais caótico em relação ao número de óbitos e de infectados.

No entanto, a animação do mapa não permite uma interação do usuário, que não consegue paralisar a linha do tempo e nem retomá-la do seu início, enquanto não for completada a passagem por cada data registrada. Sobre isso, Nora Paul (2007) refere que a relação entre o usuário do conteúdo e o próprio conteúdo pode ser definida a partir de um conceito de aberto ou fechado. O conteúdo pode ser considerado aberto quando é possível a interação com ele, sem limitá-lo apenas à leitura, e fechado quando não possibilita qualquer tipo de interação. De acordo com Salaverria (2005), a infografia interativa indica uma polivalência estrutural e riqueza expressiva.

Nesse sentido, nota-se que os recursos multimídia utilizados nos infográficos ainda são elementares. Vale ressaltar que os demais infográficos presentes no Nexo Jornal não apontam a utilização de outros recursos que não seja a animação em formato GIF.

Assim como o primeiro infográfico analisado, este também pertence à categoria dos infográficos sequenciais e possui características da 2ª fase/geração. A Figura 5 representa o segundo infográfico analisado.

Figura 5. Infográfico do Nexo Jornal sobre a resposta dos governos à pandemia

O índice que mostra a resposta dos governos à pandemia

Caroline Souza, Gabriel Maia e Lucas Gomes 16 de abr de 2020 (atualizado 16/04/2020 às 01h22)

Projeto da Universidade de Oxford monitora medidas tomadas por países, estados e cidades ao longo do tempo para a mitigação do impacto da doença

TEMAS

POLÍTICA INTERNACIONAL BRASIL

COMPARTILHE



O índice de resposta governamental, criado pela Universidade de Oxford, leva em consideração medidas nacionais e locais tomadas pelos governos ao combater a pandemia. Ele considera a diferença de impacto entre elas: quanto maior o índice, mais restrições.

As sete medidas consideradas



FECHAMENTO DE ESCOLAS



FECHAMENTO DE LOCAIS DE TRABALHO



CANCELAMENTO DE EVENTOS PÚBLICOS



CAMPANHAS PÚBLICAS INFORMATIVAS



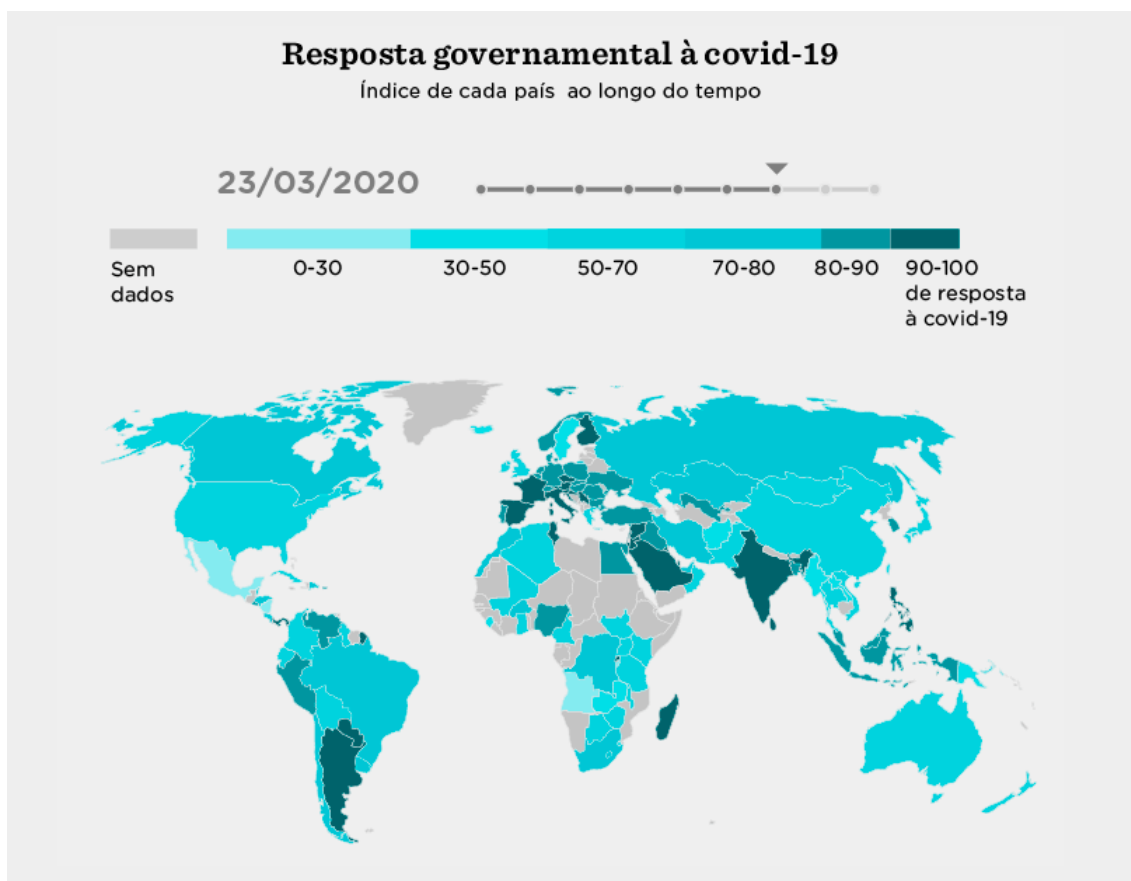
RESTRICÇÕES NAS MOVIMENTAÇÕES INTERNAS



FECHAMENTO DE TRANSPORTE PÚBLICO



CONTROLE DE VIAGENS INTERNACIONAIS



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Com influência sobre a atenção do leitor, os infográficos não se tornam somente acessíveis para ler, mas também para compartilhar. Uma vez que um único infográfico possa comportar várias páginas de informações, comumente densas, de forma simplificada e direta, o leitor não somente consome, mas também distribui o conteúdo com outras pessoas, por meio das redes e mídias sociais. Nesse sentido, “o webjornalismo caracteriza-se pela interação multimídia, colaboração, personalização, customização e mobilidade” (PEDROZA; LIMA; NICOLAU, 2013, p. 3) das informações.

Constata-se que o Nexo Jornal compreende todas essas práticas da infografia na produção para o webjornalismo. Os seus produtos noticiosos tornam-se cada vez mais diferenciados

e independentes. Cada infográfico produz “nada mais é do que o fortalecimento da experiência de leitura” (CORDEIRO; LONGHI, 2018, p. 162), por meio de uma narrativa que estimula, provoca, desafia, entretém e informa o leitor por intermédio da convergência entre imagens, GIFs, *links* e outros recursos multimídia.

Considerações finais

Com a ascensão do webjornalismo, a utilização de novos modelos e ferramentas torna-se frequente nas redações dos veículos de comunicação. Logo, pensar a notícia a partir desses formatos também se torna um desafio para os mesmos. Diante disso, observa-se que o Nexo Jornal utiliza regularmente a infografia em suas produções, proporcionando ao leitor a possibilidade de novas leituras, visualizações e entendimento de fatos que poderiam ser complexos, em especial se publicados em longos textos jornalísticos.

Ao utilizar o infográfico enquanto produto noticioso independente, o Nexo Jornal consegue transmitir as informações de forma clara, objetiva, coesa e coerente, oferecendo ao leitor artifícios que facilitem a sua compreensão, incluindo os mais variados temas e recursos. Sendo assim, a produção de infográficos auxilia a compreensão e o compartilhamento da informação, tornando-a mais eficaz, e aponta para a sua consolidação no webjornalismo.

Contudo, não só no Nexo Jornal, mas em outros veículos jornalísticos ainda é muito incomum o uso de infográficos com níveis interativos, que convidem o usuário a explorar um conteúdo mais elaborado pelo infografista. Diante desse cenário, questiona-se se os veículos de comunicação têm dado um espaço à infografia digital mais elaborada ou se, muitas vezes, se limitam a disponibilizar uma sequência de imagens estáticas, como alguma animação.

Por fim, embora tenha êxito nesse formato de transmissão da notícia, o Nexo Jornal ainda não utiliza o infográfico a partir da sua totalidade de recursos, incluindo o uso de vídeos, *links*, áudios e outras narrativas hipertextuais e interativas.

Referências bibliográficas

ABREU, P.; M.; R DE. **Empreendimentos digitais no jornalismo: novos modelos de difusão de conteúdo noticioso e inserção no mercado.** 2019. Dissertação (Mestrado Cultura e Sociedade) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2019.

AMARAL, R. **Infográfico jornalístico de terceira geração: análise do uso de multimídia na infografia.** 2010. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

CARVALHO, H. [Infográfico]. A Psicologia das Cores no Marketing e no Dia-a-Dia. **Viver de Blog**, 8 set. 2013. Disponível em: <<https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

CORDEIRO, W. R. **A Infografia Jornalística no Suporte Web: interatividade, multimídia e agenciamento.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 15., 2013, Mossoró/RN. **Anais [...]**. Mossoró, RN: Intercom, 2013.

CORDEIRO, W. R. A evolução do infográfico enquanto gênero expressivo no jornalismo online. In: JORNADA DISCENTE, 5., 2015, Florianópolis. **Resumos [...]**. Florianópolis: Posjor-Ufsc, 2015. v. 5. p. 33-35.

CORDEIRO, W. R. **Hiperinfografia: uma proposta para o infográfico de quarta geração.** Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2019.

CORDEIRO, W. R.; LONGHI, R. R. No Jornalismo imersivo, o infográfico é hiper. **Libero - Revista Eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.** Dezembro, 2018.

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

MIELNICZUK, L. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web.** [Porto Alegre: UFRGS], 2003. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc>>. Acesso em: 24 maio 2020.

MONTEIRO, J. C. S. Hipertexto: a linguagem da nova geração. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, p. 1-1, maio 2014.

NEXO JORNAL. **Página inicial do Nexo.** 2020. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/>>. Acesso em: 25 maio 2020.

PALÁCIOS, M. **Jornalismo Online, informações e memória.** Porto: Universidade de Beira Interior, 2002.

PAUL, N. Elementos das narrativas digitais. *In*: FERRARI, P. (Org.). **Hipertexto, hipermídia – as novas ferramentas da comunicação digital.** São Paulo: Contexto, 2007.

RODRIGUES, A. A. As potencializações e especificidades do infográfico multimídia como gênero jornalístico no ciberespaço. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife, PE. **Anais [...].** Recife, PE: Intercom, 2011.

SALAVERRIA, R. **Redaccion periodística en internet.** Pamplona, Espanha: Eunsa, 2005.