

## Para Entender a Dinâmica da Infografia Online Enquanto Gênero Expressivo<sup>1</sup>

William Robson CORDEIRO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina

### Resumo

Formatos que se modificam o tempo todo, que se imbricam e que geram outros elementos. Esta tem sido a dinâmica proporcionada pela hipermídia, que afeta fortemente as manifestações de linguagem no jornalismo *online*, ampliando seu potencial narrativo e de imersão. São os denominados “gêneros expressivos”, modelos que vêm motivando variadas pesquisas, devido suas transformações importantes e seu comportamento enquanto organismo vivo no ecossistema jornalístico. É neste contexto que os infográficos *online* são inseridos, por conta de seu perfil dinâmico, o que os configura como gênero específico. Este artigo caminha por estas duas frentes: contribuir com as discussões acerca dos gêneros expressivos, que possam apontar para uma consolidação de produtos com linguagem peculiar baseados no potencial hipermidiático, e relacioná-las com as mudanças estruturais da infografia no jornalismo *online*. A intenção é oferecer uma compreensão sobre a dinâmica do infográfico e de seus recursos.

### Palavras-chave

Infografia *online*; Jornalismo; Gêneros expressivos; hipermídia.

### 1. Introdução

Variados estudos têm se preocupado e atentado para fenômenos que impactam o jornalismo *online*. Em especial, análises de formatos que se modificam o tempo todo, que se imbricam, que formam outros elementos, cenário que está diretamente relacionado com as potencialidades e práticas de hipertexto.

E por conta da capacidade de interconectar diferentes gêneros e de gerar outros é que a hipertextualidade é tida como “uma das principais potências expressivas do jornalismo na internet” (NOCI *et al*, 2010, p 174), com reflexos em toda a estrutura morfológica jornalística. É esta perspectiva morfológica que se apresenta como um ponto sobremodo instigante, a forma em sua natureza, como é construída, compreendida e como se manifesta enquanto organismo vivo no ecossistema jornalístico.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista e doutorando em Jornalismo pelo POSJOR/UFSC. Mestre em Estudos da Mídia. Pesquisador do Núcleo de Estudos e Produção Hipermídia Aplicados ao Jornalismo — NEPHI-Jor. Bolsista Capes.

Para Anderson, Bell e Shirky (2013, p 40), o ecossistema jornalístico “é todo aspecto de produção de notícias que não está sob controle direto de uma instituição”, o que envolve desde a mudança na forma de produção até nas características dos produtos e das linguagens, que resultam em uma “explosão de dados digitais e de capacidade de processamento”. Funciona como conceito análogo ao processo biológico com condições de compreender o estado dinâmico do jornalismo. Tal ecossistema abriga uma miríade de espécies de formatos em transformações constantes, que rompem e se fundem, que se desdobram noutros, e que geram convergência.

É neste mundo de mudanças permanentes que a infografia *online* se insere, pois, pressupomos que o infográfico apresenta perfil dinâmico, experimenta um constante movimento no formato e se configura fortemente como texto expressivo com amplo potencial narrativo e de imersão.<sup>3</sup>

Para tanto, procuramos neste estudo fazer uma revisão teórica que pudesse contemplar alguns aspectos sobre o chamado “gênero expressivo”, bem como, da infografia *online*. Foram escolhidos exemplos aleatórios de grandes jornais nacionais e internacionais, postos cronologicamente, na intenção de demonstrar a evolução do infográfico ao longo dos anos e que contribuam para este entendimento.

É importante ressaltar que os levantamentos sobre “gênero ou formato expressivo” seguem ainda em estágio incipiente, embora Longhi (2015, p 12) aponte para uma consolidação de produtos com linguagem peculiar baseada na “utilização criativa dos recursos hipermediáticos do meio”. É por esta razão, que este estudo se inclina a explorar as potencialidades expressivas da infografia *online*.

## 2. O gênero expressivo

A priori, o termo “expressivo”, neste âmbito do jornalismo convergente, estabelece uma ligação com os formatos na ambiência da internet, segundo Aguado e Torres (2010, p 129). Seus estudos sobre a convergência jornalística – que incidiu em mudanças rigorosas nas redações – apontaram para uma conjuntura que exigia um jornalista polivalente e que esta polivalência era o resultado de três fatores:

- a) O tecnológico (a digitalização da produção e a gestão dos recursos)

---

<sup>3</sup> Murray (2003, p.102) utiliza o termo “imersão” como analogia à experiência física de estar submerso na água para explicar a sensação de um “nado virtual, do prazer da imersão como atividade participativa”, a superabundância dos estímulos sensoriais proporcionada pelo computador.

b) O **expressivo** (a digitalização dos formatos; *grifo nosso*)

c) O econômico (a reestruturação da redação e as mudanças dos perfis profissionais)

Ou seja, aqui sugere que o jornalista polivalente tenha habilidade de produzir e dominar as novas linguagens que surgem no suporte digital, com destreza para manipular novas formas de conteúdo e de contar histórias. E seguindo este ponto, pressupõe-se, também, mudanças nas características dos produtos e dos formatos jornalísticos.

Salaverria, Avilés e Masip (2010, p 57) caminham por esta vertente do exercício profissional de trabalhar a “convergência de conteúdos”, ou seja, as unidades distintas “adaptadas às possibilidades multimídia e interativas que oferecem as tecnologias para a produção e o consumo”. Possibilidades estas que podem ser combinadas ou se desdobrar em linguagem nova.

Até aqui, o sentido do termo “expressivo” se amplia por abarcar formatos hipermediáticos, a ação dos profissionais polivalentes e a dinamicidade no ambiente *online*. Por exemplo, Aguado e Torres (2010) apontam para a “diversidade de capacidade expressiva” entre a elaboração de produtos e a aptidão de integrá-los ou adaptá-los eficazmente na rede. Noci *et al* (2010), como anteriormente abordado, faz relação do expressivo com a hipertextualidade e com a hibridização de unidades jornalísticas. Longhi (2014, p 74), por sua vez, tensiona a expressão com os estudos dos gêneros e dos formatos jornalísticos.

As experiências de Longhi (2015, p 2) caminharam desde a construção de gênero expressivo a partir do audiovisual, e seguiram para os “formatos noticiosos hipermediáticos” como os infográficos interativos ou clicáveis e, em especial, a Grande Reportagem Multimídia (GRM). Para operacionalizar suas pesquisas sobre os formatos expressivos, a autora distinguiu os produtos nos quais “as possibilidades expressivas próprias da hipermídia são utilizadas na sua concepção”, dos formatos ortodoxos que agrupam imagem e texto. Esta diferenciação resultou nos estudos focados particularmente nos *slideshows* narrativos, nas *pictures stories*, nos especiais multimídia e na GRM. Todos estes pontos foram considerados à luz dos estudos de gênero na internet, como conta a autora:

Como podem ser definidos os gêneros na internet? Nuria Lloret Romero e Fernando Canet Centellas (2005 p 2), atentam para os aspectos de identidade e formato do gênero. A identidade é referente ao seu propósito – informação, entretenimento –, enquanto que o formato faz referência à extensão, ritmo, estrutura e linguagem. Gêneros na Internet, segundo esses autores, constituem um sistema de classificação das relações entre conteúdo e receptor que preenchem um conjunto de fórmulas específicas, como qualquer outro meio de comunicação. (LONGHI, 2014, p 74-75)

O conceito de gênero na internet não destoa dos estudos já realizados sobre a classificação dos gêneros jornalísticos tradicionais, que se fundamenta na “descrição das peculiaridades da mensagem que permeia a totalidade do jornalismo” (MELO, 2003, p 42) e que incida na formatação de uma identidade própria e privativa da atividade. Entretanto, especificamente na construção dos gêneros expressivos, são acolhidas a fusão conceitual e as possibilidades de manejo de linguagens proporcionadas pela hipermídia. Longhi (2009, p 188-189) chama a atenção para este aspecto importante, nos “processos de linguagem que operam na conformação de um novo tipo de forma de representação”.

Como isso ocorre? A autora recorre à Santaella (2007 *apud* LONGHI, 2009, p 189), para explicar que “há três matrizes lógicas, a partir das quais, por processos de combinações e misturas, originam-se todas as formas possíveis de linguagens e processos de comunicação. Essas matrizes são: a sonora, a visual e a verbal”. Ou seja, a hipermídia oferece condições de aglutinar estas formas de linguagens e dar origem a outras, ao mesmo tempo em que este sistema proporciona a fusão conceitual, definida como *intermídia*.

### 3. Infografia: linguagem em transformação

O que foi exposto até o momento antecipa a nossa intenção de apontar como o infográfico é uma forma narrativa do presente e em constante transformação (CAIRO, 2006), definido como uma combinação de linguagem verbal e não-verbal que resulta em unidades únicas com o objetivo de facilitar a compreensão de um acontecimento, de estabelecer uma ponte mediadora entre a audiência e a informação. Salaverría e Cores (2005) relatam que se trata de gênero em evolução e de vanguarda no uso tanto da hipertextualidade quanto de recursos multimídia. Embora a internet tenha realmente elevado a capacidade informativa e de utilização dos infográficos, a sua evolução não se deu apenas neste contexto.

O seu melhoramento estético e de enunciação, sob o ponto de vista jornalístico, tem caminhado desde o cenário dos jornais pós-televisivos<sup>4</sup>, passando pelos antológicos infográficos que retrataram a Guerra do Golfo<sup>5</sup>, até, enfim alcançar as características de linguagem própria nos meios digitais. O que leva para a afirmação de Salaverría e Cores (2005, p. 166-167), de que a infografia “é o gênero que melhor aproveita as possibilidades

---

<sup>4</sup> Esta terminologia, de acordo com Ledo Andión (1993), trata do comportamento que os jornais adotaram depois do surgimento da televisão e desenvolvido com ênfase pelo *USA Today* nos anos 80, que se apoiava na informação visual.

<sup>5</sup> Cairo (2008, p 55) aponta a Guerra do Golfo como o momento para a “verdadeira revolução da infografia” (CAIRO, 2008, p.55), quando os jornais ficaram dependentes dos infográficos ante ao impedimento do governo estadunidense à imprensa de reportar-se à guerra. Isso obrigou os jornais, editores e desenhistas a “preencherem amplos espaços com as imagens que os leitores esperavam e das que, do contrário, seriam privados”.

hipertextuais e multimídia que oferece a rede”. Possibilidades, como o agrupamento de códigos sígnicos ou os elementos como texto, áudio, animação, *slideshows* e interatividade.

Por esta razão, até nos ocuparmos à observação de exemplos próprios da internet que pressupõem toda esta ampla capacidade de contar histórias a partir dos recursos da hipermídia, é necessário entender, de forma lacônica, os saltos progressivos desta linguagem.

Estes saltos são retratados em uma estrutura histórica apontada por autores (SANCHO, 2001; RODRIGUES, 2009; AMARAL, 2010; TEIXEIRA, 2010; CORDEIRO, 2013) como “estágios evolutivos” que sugerem dinâmica. Iniciam-se com os modelos lineares, os primeiros praticados no jornalismo e executados em plataforma impressa e que podem ser encontrados também na internet; seguindo para o seu comportamento atual envolvido no universo *online*, caracterizado pela multimídia e interatividade; e, por fim, o desdobramento desta fase, quando a infografia interativa introduz e utiliza as bases de dados, conforme a Figura 1 (RODRIGUES, 2009, p 35):

## ESTÁGIOS DA INFOGRAFIA



### PRIMEIRO

Tem por característica os infográficos lineares, de sequência estática, os primeiros modelos práticos no jornalismo e executados em plataforma impressa e que podem ser encontrados também na internet.



### SEGUNDO

Envolvida no suporte da internet, baseia-se na multimídia dos elementos constitutivos dos infográficos. A forma de leitura também se altera em relação aos infográficos estáticos, com variações multilineares, lineares ou não-lineares.



### TERCEIRO

Introdução de base de dados na formatação dos infográficos na plataforma web.

**Figura 1 – Estágios evolutivos da infografia jornalística (RODRIGUES, 2009, p. 35)**

Os estágios apresentados servem para entendermos como a hipermídia potencializou a funcionalidade dos infográficos jornalísticos, cujas transformações foram além da mera transposição de suportes, atingiram sua estrutura e ampliaram suas possibilidades expressivas. Por exemplo, embora seja possível notar nos jornais *online* a reprodução de infografias de primeira fase, estáticos e lineares, somente a hipermídia permitiu configurá-las

para uma visualização interativa da informação, remetendo ao que Cairo (2008) denominou de “infografia 2.0”.

Enquadra-se, assim, como um novo formato noticioso fundamentado em “características de multimídia, interatividade, conexão e convergência de linguagens próprias da linguagem hipermídia e do ambiente digital e *online* de informação” (LONGHI, 2014, p 14). Desde a ênfase da sua utilização no jornalismo impresso brasileiro na década de 1990 (TEIXEIRA, 2010, p 24), até às novas experimentações proporcionadas pelo uso criativo dos recursos hipermidiáticos, é notável a importante transformação, tanto no aspecto de seu formato, quanto dos produtores e usuários. O gênero alcança, neste contexto, o ponto mais alto de sua força enunciativa e expressiva.

#### **4. O infográfico na hipermídia: *encoding* e *decoding***

As abordagens apresentadas fazem acreditar ser possível sistematizar o movimento teórico acerca dos gêneros, da hipermídia, da fusão conceitual e dos infográficos, valorizando o papel dos componentes sógnicos na codificação e na decodificação da informação jornalística. Como será observado nos exemplos de periódicos brasileiros, espanhóis, mexicanos e americanos, os infográficos são áreas que combinam um composto de signos que, para a visualização da informação, dependem de processos cognitivos e percepção visual. Tal panorama é desenvolvido por Meirelles (2011), ao estabelecer desafios pedagógicos do *design* da informação, associando à ordem de quem produz (*encoding*) e de quem usa (*decoding*) e afirmando que se o *decoding* falha, a visualização também falha.

Nas palavras de Meirelles (2001, p 73-74) a eficiência da transmissão de dados vai depender de como a descrição visual retrata o conteúdo informativo, se é bem “definido, confiável, que não exija grande esforço, reconhecível, e fácil de ler”. Portanto, o fio condutor desta ideia consiste em que a fusão conceitual depende fortemente da lógica que pressupõe uma compreensão dos elementos que compõem o infográfico, enquanto *display* visual de informação. É, portanto, um sistema complexo e em expansão, considerando também o modo como o *encoding* e o *decoding* se amplia na hipermídia, quando o som e a imagem em movimento se unem à estrutura infográfica, com dimensões sensoriais mais abrangentes – tema que pode ser aprofundado em estudo futuro.

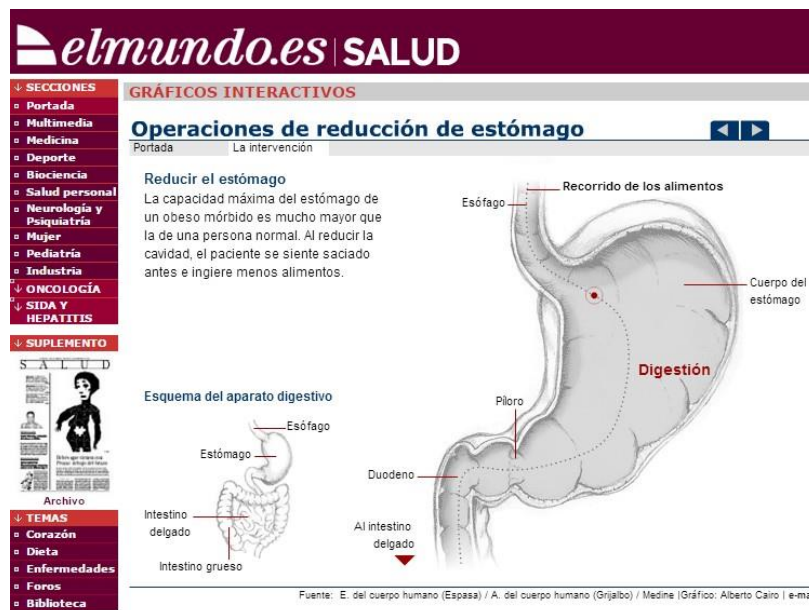
Assim, será feita uma apresentação cronológica de modalidades diferentes na intenção de observar o modo de expansão dos infográficos no jornalismo *online*, considerando quatro exemplos de quatro jornais diferentes. A intenção não é comparar as produções dos



periódicos entre si, porém considerar suas experiências ao longo de pouco mais de uma década, até porque são peças produzidas em intervalos de tempo distintos. Este passeio se propõe a construir uma descrição progressiva da infografia *online* baseada nas potencialidades hipermediáticas neste período.

### El Mundo (2004)

Este infográfico foi produzido nos primórdios dos infográficos interativos, iniciada no episódio dos atentados ao *World Trade Center*, em 11 de setembro de 2001, e fortemente testemunhada a partir de 2002 (LONGHI, 2014). Este exemplo publicado pelo jornal espanhol *El Mundo* para a editoria de Saúde (Figura 2) detalha como ocorre a cirurgia bariátrica. Neste período, o professor e infografista Alberto Cairo, que produziu a infografia, não dispunha de muitas ferramentas técnicas, embora vislumbrasse as condições de recorrer a elementos que seriam impossíveis de aplicá-los no suporte impresso, como as animações e a interatividade.



**FIGURA 2 – O infográfico “Operaciones de reducción de estómago”, sobre cirurgia bariátrica, publicado pelo El Mundo. Disponível em <http://www.elmundo.es/elmundosalud/documentos/2004/02/estomago.html>**

O contexto deste infográfico guarda um grau de complexidade diferente das demais peças na época, especialmente nas atividades voltadas aos níveis de interatividade, repercutindo em pequenas, mas avançadas mudanças. Até então, o ponto de interação era o

básico, motivado apenas por botões de “avançar” e de “retornar”, devido à facilidade no seu desenvolvimento e por não requisitar grandes conhecimentos de programação. Cairo (2008, p. 72) remete este caso a modelos de infográficos com narrativa linear que pouco se distinguem dos jornais impressos.

No caso do infográfico do *El Mundo*, a possibilidade de interação se amplia e não se limita apenas aos botões localizados na parte superior à direita, e neste caso também é possível escrever e participar de um teste rápido sobre o índice de massa corpórea. O infográfico executa o comando imediatamente, a partir de uma calculadora na parte inferior. Não se pode esquecer neste infográfico os níveis de animação nas quatro camadas construídas para esta peça e sobrepostas com o acionamento dos botões superiores.

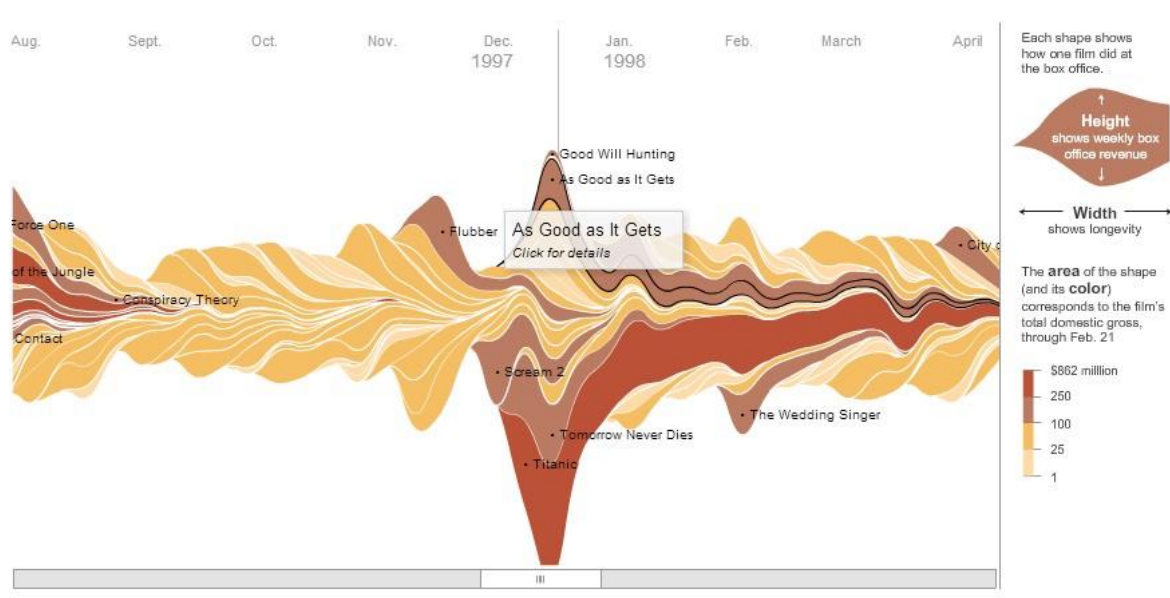
É notável a sensação de movimento da imagem em que aparece a figura do paciente, afunilando para o desenho do estômago e começando a explicação. Um sinal sonoro surge quando o usuário clica ao iniciar a navegação ou retornar à capa. Setas despontam nas camadas, porém sem função alguma, o que leva a crer que esta forma de indicação não era claramente definida como elemento que deveria ser acionado por cliques. O sentido é de meramente situar o usuário do caminho a ser percorrido pelo objeto, no caso, o estômago.

### **The New York Times (2008)**

Para retratar as maiores bilheterias do cinema entre 1986 e 2008, o jornal americano *The New York Times* desenvolveu um dos modelos considerados mais complexos em termos de infografia jornalística *online*, com interface exótica comparada às peças recorrentemente produzidas pelos periódicos da época. Este infográfico, publicado em fevereiro de 2008 (*Figura 3*), desempenha papel determinante por se apresentar como um modelo ousado e por exigir do usuário um aparato de engajamento que dê conta destas complexidades. Recorrendo ao método chamado de *Streamgraph*, o infográfico dispõe os dados acerca dos longas-metragens num eixo que é acionado horizontalmente da esquerda para a direita por uma barra na parte inferior da peça. Constitui-se como uma proposta descritiva aparentemente linear e por se assemelhar a uma espécie de *timeline*.



Contudo, é a costura dos dados o seu caráter mais incisivo, pois está submetida à acomodação assimétrica de camadas. Meirelles (2013, p 109) explica que o “empilhamento” de camadas desenvolvido pelo infografista Lee Byron para este infográfico se inspira em técnica do ano 2000, baseada no “intercalamento suave de dados descontínuos postos em camadas envoltas de um eixo horizontal”. O eixo aqui retratado agrupa filmes de maiores arrecadações de bilheteria e indicados ao Oscar que foram analisados em artigos no *NYT*.



**Figura 3 – O infográfico “The Ebb and Flow of Movies: Box Office Receipts 1986 — 2008”, sobre as maiores bilheterias do cinema, publicado pelo jornal *The New York Times*. Disponível em [http://www.nytimes.com/interactive/2008/02/23/movies/20080223\\_REVENUE\\_GRAPHIC.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/interactive/2008/02/23/movies/20080223_REVENUE_GRAPHIC.html?_r=0)**

Para explicar melhor: o período é representado horizontalmente. A altura de cada camada representa a bilheteria semanal do filme e a largura, o que é chamado de *longevity*, ou melhor, a permanência do filme em cartaz. Os quatro níveis de cor correspondem ao total de arrecadação doméstica bruta. O usuário é convidado a percorrer cada camada através de cliques. Uma vez clicada, sugere informações da crítica do filme e remete para um texto no ambiente externo do infográfico. Com o mouse sobre a camada tem-se a identificação do filme e dimensão da evolução da bilheteria ao longo do período que permaneceu em exibição. Cairo (2008, p 98) esclarece que este tipo de formato é o preferido pelos infografistas de *The New York Times*, denominado de “gráficos multivariantes”, por sua

natureza de correlacionar uma quantidade variável de dados – neste caso em especial, a arrecadação semanal, bruta e o período dos filmes em cartaz.

### El Universal (2011)

À primeira vista, o infográfico “*Sismo y Tsunami en Japón – Amenaza Nuclear en Sol Naciente*” (Figura 4), produzido pelo jornal mexicano *El Universal* remete às características dos *especiais multimídia* da época, por ter sido realizado em *Flash* e por conter elementos como capa e apresentação do tema. No entanto, ao adentrar na peça, percebe-se que se está diante de um modelo infográfico que foi influenciado pelos cadernos especiais do modelo impresso e das revistas compostas essencialmente por infográficos, como a *Mundo Estranho*.



**Figura 4– O infográfico sobre o acidente nuclear em Fukushima, publicado pelo jornal El Universal.**

Disponível em [http://archivo.eluniversal.com.mx/graficos/graficosanimados11/EU\\_japon/](http://archivo.eluniversal.com.mx/graficos/graficosanimados11/EU_japon/)

Sancho (2009, p 568) denomina de infografia coletiva aquelas “infografias juntas e organizadas em algum tipo de tabela sumarial que dispõem de *links* a cada uma delas”. Este exemplo congrega dezenas de formas de infográfico dentro de um só, como se pudéssemos chamar de “especial infográfico multimídia”. E considera-se várias as razões para atribuir este *status* às infografias coletivas. A representação da planta nuclear de Fukushima é

composta por mapas cartográficos, *links* sobrepostos sobre fotografias aéreas dos reatores, e desenhos que explicam como ocorreu a explosão.

O sumário na parte superior faz conexões com elementos de geolocalização (ao passar o mouse sobre o mapa do país, tem uma dimensão fotográfica da região) apresenta o raio de influência do acidente, a “escala de perigo” (uma pirâmide dividida em sete partes que mede o grau de segurança nuclear), além de vídeos que detalham os níveis de radiação emitidos.

Animação e áudio sobre curiosidades do Japão, *timeline* que descreve a cronologia do terremoto, e uma fotografia de antes e depois do desastre (o usuário utiliza uma barra inferior que ao movê-la da esquerda da direita, tem-se um quadro mais realístico do desastre) complementam a infografia.

O processo hipertextual observado neste infográfico coletivo é comparado por Sancho (2009, p 566) como sendo caminhos de ida e volta semelhantes às passarelas que interconectam pontos de um edifício. Ou seja, “a própria rota mediante botões de navegação, permite ir aos seguintes ou anteriores infogramas, por considerar-se como parte deste hipertexto”. Esta dinâmica hipertextual, condicionada pela hipermídia, apresenta-se clara neste exemplo por conter infogramas verbais e não verbais, tipográficos, audiovisuais e animados.

### **O Estado de São Paulo (2015)**

O canal Infográficos do jornal *O Estado de São Paulo* congrega mais que infográficos estáticos e interativos. Até as grandes reportagens multimídia estão incluídas, o que mostra que novos formatos jornalísticos ainda são conceitualmente desconhecidos dos jornalistas nas redações. Quer dizer, GRM e infográficos são incorporados como se fossem a mesma coisa, não estão separados em seções distintas. O “Universo de Star Wars” (*Figura 5*) é um exemplo de GRM que ocupa esta área do *site*, mas foi escolhido para este estudo por, obviamente, abrigar infográfico em seu ambiente.

Obedecendo leitura linear e vertical, a reportagem destaca a cronologia da saga, numa sequência estática, um perfil dos personagens do episódio em destaque, “O Despertar da Força” e uma matéria. No entanto, são as experimentações tridimensionais o centro da análise. Considerando as variadas possibilidades hipermidiáticas, a exploração deste tipo de infografia – que podemos até associar como “coerente” com o espaço temporal deste filme de ficção científica – ainda é rara no jornalismo *online*. O exemplo selecionado explica o

funcionamento do Astromech, um robô de formato inusitado e que guarda uma dúvida: “Como poderia um droid esférico se mover mantendo a cabeça sempre no topo?”



**Figura 5 – O infográfico 3D, publicado no especial “Universo de Star Wars” pelo jornal O Estado de São Paulo. Disponível em <http://infograficos.estadao.com.br/cultura/universo-de-star-wars/>**

O infográfico desenvolvido por Jonatan Sarmento é dividido em duas partes compostas pela visão externa e pela visão interna do robô, manipuladas a partir de um botão na parte superior do quadro. A visão interna oferece um aspecto da estrutura mecânica do Astromech, como o sistema magnético, as placas de circuitos, rodas e baterias e cada componente foram separados na intenção de explicar melhor a construção do robô. As produções em 3D sugerem condições de animação e, no caso, fazer o robô girar e oferecer uma visão geral de sua armação. Não é o que acontece. O nível de interação restringe-se à visão e à exploração das partes do robô, moldadas sob um percurso vertical.

### Considerações

Esta discussão sobre as potencialidades narrativas parece configurar a infografia como um gênero expressivo, baseado em pressupostos que fazem da hipermídia um ambiente imprescindível para as práticas jornalísticas no contexto da convergência. Este mapeamento, realizado em periódicos brasileiros, espanhóis, mexicanos e americanos, expôs tendência que dá respaldo a este nosso olhar. Ao tratar de “gêneros expressivos”, este estudo se colocou no intuito de descrever melhor este conceito, recorrentemente citado e pouco aprofundado em sua natureza teórica. É importante destacar que este trabalho visa provocar investigações que

possam se situar no âmago dos formatos que circundam o jornalismo e compreendê-los não apenas em seus ciclos, mas em suas funções, enquanto visualização de dados.

Há, portanto, uma jornada a ser percorrida: ampliar as pesquisas sobre gêneros jornalísticos expressivos, enquanto modalidade específica da *web*, e permitir adentrar nas constantes mudanças, nas permanências (se é que se pode afirmar isso) e nos novos produtos que a ambiência *online* proporciona. Como apresentado neste artigo, o que é denominado de “expressivo” está apenas começando, e carece de um maior aporte teórico que fortaleça este conceito e suas características. Diante deste contexto de reconfiguração e surgimento de novos formatos, pelas possibilidades oferecidas pela tecnologia, pela maior amplitude na prática do jornalismo, é sobremodo instigante enveredar por este campo vasto.

Neste caso, nossa intenção foi contribuir com tais estudos tendo a infografia como eixo central por estar diante de sua constante transformação e por seu caráter expressivo. Transformação esta que vem ocorrendo desde seu primeiro estágio, como estático no suporte impresso, e segue mais forte neste momento, afetando periódicos de todo o mundo.

Ou seja, os infográficos *online* sugerem inúmeras possibilidades de contar histórias ao congregar uma miríade de elementos audiovisuais, tridimensionais, desenhos, textos, relacionados no mesmo ambiente hipertextual.

O infográfico é multifacetado no âmbito do jornalismo convergente. Os exemplos mostrados neste trabalho, em interfaces variadas, serviram para apontar os diversos caminhos em que este gênero pode circular, dependendo, evidentemente, de condições ferramentais, técnicas e profissionais. Quer dizer, o grau de complexidade de interação de um infográfico dependerá da destreza dos usos dos recursos hipermidiáticos e de como eles, apropriadamente combinados no processo de *encoding* e *decoding*, asseguram eficiência.

Buscou-se, então, com tal estudo, expor esta tendência de alterações às quais a infografia é submetida e oferecer um rápido mapeamento de sua situação no jornalismo convergente. Este mapeamento coloca os infográficos em diversas categorias, como os chamados “infográficos coletivos”, os modelos *Streamgraph*, e os infográficos clicáveis. Temos uma preocupação de, através de estudos posteriores, buscar categorizar melhor estes exemplos.

É importante destacar, também, que a infografia *online* segue em expansão, ou seja, este gênero acompanha as infindáveis oportunidades oferecidas pela hipermídia. É impossível prever o ciclo futuro destas mudanças. Até aqui, supõem-se que os infográficos se



reconfiguram de forma evidente no jornalismo *online*, desenvolvem sua capacidade expressiva, e seguem habilitados a enfrentar este cenário de fortes transformações.

## REFERÊNCIAS

AGUADO, Juan Miguel; TORRES, Maria Bella Palomo. “Convergencia y nuevas rutinas profesionales: luces y sombras del periodista polivalente em las redacciones españolas”. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé, PEREIRA FARINA, Xosé (coord.). **Convergencia digital**. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servizio de Publicacións e Intercambio Científico: 2010. Pp 167-195.

AMARAL, Ricardo Castilhos Gomes. **Infográfico Jornalístico de Terceira Geração: Análise do Uso da Multimídia na Infografia**. Florianópolis. 2010. Dissertação. Universidade Federal de Santa Catarina.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. “Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos”. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo. Editora ESPM. p.30-89. abril-junho de 2013

CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0** - visualización interactiva de información en prensa. Madrid. Alamut. 2008

\_\_\_\_\_. **"Infografia não é uma linguagem do futuro, é do presente"**. Entrevista para o Jornalismo Porto Net. Porto. 2006. Acessado em <https://jpn.up.pt/2006/07/11/infografia-nao-e-uma-linguagem-do-futuro-e-do-presente/>

CORDEIRO, William Robson. **Infografia Interativa na Redação – O Exemplo do Diário do Nordeste**. Mossoró, RN. Sarau das Letras. 2013.

LEDO ANDIÓN, Margarita. **O diário postelevisivo**. Santiago de Compostela: Edicións Lea, 1993.

LONGHI, Raquel Ritter. **A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo**. In: 6o Simpósio Internacional de Ciberjornalismo. Anais. Campo Grande, MS. 2015.

\_\_\_\_\_. Infografia on-line: narrativa intermídia. In: **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**. Universidade Federal de Santa Catarina. 2009. Florianópolis, Ano VI. N. 1. p. 187-196

\_\_\_\_\_. O audiovisual como gênero expressivo e sua reconfiguração no jornalismo online. **Revista Estudos da comunicação**, nº 16, p. 69-88, junho de 2014.

MEIRELLES, Isabel. **Design for Information: An Introduction to the Histories, Theories, and Best Practices Behind Effective Information Visualizations**. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2013.



\_\_\_\_\_. **Visualizing data:** new pedagogical challenges. In Spinillo, Farias & Padovani (Eds.). *Selected Readings of the 4th Information Design International Conference:* 73–83. 2011, São Paulo: SBDI, Brazilian Society of Information Design.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo:** gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3 ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck** – o futuro da narrativa no ciberespaço, São Paulo, Editora UNESP/ITAÚ Cultural, 2003

NOCI, Javier Díaz et all. “Convergencia y contenidos”. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé, PEREIRA FARINA, Xosé (cord.). **Convergencia digital.** Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servizio de Publicacións e Intercambio Científico: 2010. Pp 167-195.

RODRIGUES, Adriana Alves. **Infografia Interativa em Base de Dados no Jornalismo Digital.** Salvador. 2009. Dissertação. Universidade Federal da Bahia.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto Garcia; MASIP, Pere. **Concepto de Convergencia de Medios.** LOPEZ, Xosé; PEREIRA, Xosé (org). *Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España.* Santiago de Compostela: Servizio de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p. 41-64

SALAVERRÍA, Ramón e CORES, Rafael. **Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos.** In: SALAVERRIA, Ramon (coord.). *Cibermedios – el impacto de internet en los medios de comunicación en España.* Sevilla: Comunicación Social, 2005.

SANCHO, José Luis Valero. **El relato en la infografía digital.** In: DÍAZ NOCI, Javier e ALIAGA, Ramón Salaverría. *Manual de Redacción Ciberperiodística.* Ariel, Barcelona, 2009.

\_\_\_\_\_. **La Infografia:** Técnicas, Análisis y Usos Periodísticos. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo** – Conceito, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.