



Grafismo televisual no telejornalismo¹

Ana Juliana FONTES²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

O trabalho está articulado busca traçar considerações sobre o uso de recursos gráficos no telejornalismo (grafismo televisual), a fim de ensaiar e identificar tipologias para suas representações encontradas em produtos do Jornal Nacional, entre reportagens, notícias, notas cobertas, entrevistas e etc. A partir da observação quanto aos modos de apresentação desses recursos propôs-se um esboço inicial de onze tipos diferentes de representações do grafismo televisual no telejornal.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; comunicação visual; imagem; grafismo televisual; infografias.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Explorar o uso de recursos gráficos no telejornalismo é um caminho que pode se valer de estratégias extremamente ricas e complexas a partir de peculiaridades da linguagem icônica, sonora e verbal desse meio, com suas interseções, apropriações e hibridizações. Esses recursos ajudam a dar visibilidade a aspectos diferenciados dos temas abordados podendo contextualizar, complementar informações.

A proposta do artigo é traçar considerações sobre os usos de recursos gráficos, o grafismo televisual em produtos de divulgação científica telejornalísticos, compreendendo as características do próprio meio, que podem se configurar como um diferencial em sua prática. A partir da identificação dos recursos utilizados nos produtos coletados, o objetivo é ensaiar tipologias para os elementos utilizados no programa Jornal Nacional. O telejornal, da Rede Globo de televisão, tem grande importância dentro da grade da TV aberta³, está no ar desde 1969, sendo um dos programas jornalísticos de maior referência e líder audiência da TV aberta brasileira (PICCININ, 2007).

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Mestrando do Curso de Jornalismo da UFSC-SC, email: juliannafontes@gmail.com

³ A audiência da televisão opera em grande escala de audiência, e como aborda Machado (2003, p.30) “Mesmo o produto mais “difícil”, mais sofisticado e seletivo encontra sempre na televisão um público de massa. A mais baixa audiência de televisão é, ainda assim, uma audiência de várias centenas de milhares de telespectadores (...)”



A pesquisa desenvolve-se no âmbito teórico e empírico, tendo como base o modelo metodológico desenvolvido pelo GJOL⁴ que consiste em um modelo híbrido de pesquisa ao combinar procedimentos qualitativos e quantitativos (MACHADO; PALACIOS, 2007) de forma complementar para a compreensão e formulação conceitual. O corpus da pesquisa é parte da pesquisa desenvolvida no âmbito do mestrado, na qual foram coletados oito meses (de janeiro a agosto de 2012) de telejornal realizando a observação sistemática dos episódios diários para a coleta de dados, dando especial atenção a produtos, entre reportagens, notícias, notas cobertas, entrevistas e etc., que se enquadrassem dentro dos seguintes “filtros”: (A) abordassem temas de ciência, tecnologia e inovação (CT&I) e (B) que fizessem uso de recursos gráficos, atentando aos que poderiam se constituir como infografias. Para esta análise foram selecionadas dentro desse recorte um corpus de onze (11) produtos entre reportagens, notícias, notas cobertas, entrevistas e etc., que pudessem servir de base para esta análise para cada uma das tipologias encontradas durante a coleta.

1. TRAÇOS DA IMAGEM NA SOCIEDADE.

Sempre houve marcas da presença da imagem na história da humanidade. As imagens têm sido uma das formas de expressão, registro e comunicação do ser humano desde as pinturas pré-históricas das cavernas até os dias atuais as mais “estranhas” instalações, quadros, grafites os meios audiovisuais. (PELTZER, 1991; SANCHO, 2001)

Presente nos mais diferentes suportes potencializadas pela tecnologia, a imagem tem seu lugar de destaque. Isso por que as imagens fazem parte de algo maior que é a cultura. Cada nova tecnologia de produção de imagens altera sua lógica e sua morfogênese. É no século XX, que as imagens se afirmam, de forma mais intensa ocupando um importante espaço na vida cotidiana. Frutos da indústria cultural, o cinema, a televisão, os shows, as discografias e o surgimento de novas tecnologias midiáticas, frutos ainda da globalização, são indicativos inquestionáveis do estreitamento de campos produtivos na comunicação (SANTAELLA; NOTH, 2005).

A cena atual se configura pela presença de imagens nos mais diferentes suportes incluindo aqueles voltados a serviço da informação. Um dos fatores para essa projeção é o surgimento de novas tecnologias que contribuíram para potencializar os usos e as

⁴Grupo de Jornalismo on-line



técnicas utilizadas na produção de imagens. Essas modificações alteraram gradativamente a relação da imagem com a sociedade, novas formas de arranjos socioculturais, políticos e econômicos junto com os meios técnicos de produção, intensificaram a forma de (re)estruturação das imagens na sociedade atual e admitindo outras formas de representação antes não contempladas, como é o caso da fotografia, o cinema, obras de artes digitais e imagens manipuladas e construídas por computação gráfica. Essa incorporação tem um papel multiplicador, que permite que a comunicação seja feita de forma mais dinâmica, porém não é fator exclusivo para justificar a recorrência no uso de imagens em diferentes suportes. Pois se por um lado a vertente tecnológica tem um papel potencializador, as marcas da existência e da evolução de imagem na sociedade decorre também de sua representatividade, a carga comunicativa agregada a expressão e sua visualidade. O valor está na sua mensagem, na possibilidade de “contar histórias”, (PELTZER, 1991) e, enquanto linguagem, diferentes leituras e interpretações através de duas representações. O trabalho de interpretação da imagem, como na interpretação do verbal, depende também a relação com a cultura, o social, o histórico, com a formação social dos sujeitos, assim como as demais produções humanas, têm a função de estabelecer uma relação com o mundo.

Esses fatores vem de encontro com a própria trajetória comunicativa da humanidade, se sempre houve comunicação através de imagens, hoje cada vez mais intensa é sua presença no jornalismo. Com o passar do tempo foram introduzidos em sua linguagem novas formas produção de notícias, com recursos que recorriam a visualidade, aqui compreendida a partir de Peltzer (1991) como “a capacidade de comunicar através de códigos visuais”

“O visual é uma linguagem própria, diferente anterior até na história da comunicação entre os homens e anterior também na vida de cada homem que relaciona a fala com os objetos, desenhos, imagens, antes de o fazer com o então complicado e inextricável conjunto de signos misteriosos que compõem um texto literário” (PELTZER, 1991, p. 29).

Se inicialmente a imprensa trazia consigo informações baseadas fundamentalmente na escrita e na oralidade, com o surgimento dos meios eletrônicos que as imagens passaram a fazer parte de forma decisiva no redesenho dos jornais. Tais mudanças, que tiveram na revolução técnico-científica seu maior expoente, propiciaram a utilização ainda mais diversa das imagens, a partir de diferentes suportes midiáticos como o impresso, a web e a televisão.



O que parece preceder da mesma vontade de comunicar de imagens utilizadas ao longo da história até os suportes digitais, para o jornalismo um dos pontos centrais é a possibilidade de uso da imagem como linguagem informativa, ou os modos de utilizados para informar e as funções exercidas por elas. Para além do texto verbal escrito, esse tipo de aplicação inclui “ver” e “observar” a mensagem imagética, conforme Santos (2005) aborda:

“A linguagem verbal, convencional e arbitrária, contaminada pelos novos elementos, trazidos pelo jornal, adquire facetas imagéticas. Inicia-se o namoro entre palavra e imagem. (..) Ocorre a hibridização de códigos: a palavra recebe atributos imagéticos. Esta hibridização não é exclusiva dos jornais. Invade também outras mídias”. (2005, p. 59)

A cultura da visualidade trouxe consigo também uma experiência estética decorrente da aproximação e da inter-relação entre o campo da comunicação e da arte, que com a utilização de *softwares* específicos utilizados na edição e editoração de produtos jornalísticos contribuíram de forma importante para incorporação de elementos que se utilizam da visualidade no processo comunicativo. Nesse cenário, da utilização de imagens cada vez mais intensa de imagens em jornais, revistas, web e televisão, é especificamente no telejornalismo que sua representação tem central interesse para a pesquisa.

2. GRAFISMO TELEVISUAL NO TELEJORNALISMO

Com o advento da televisão, ocorreram mudanças decisivas no papel da imagem na prática jornalística (SILVA, 2007), tanto para o jornal impresso e para o próprio telejornalismo. Articulada em três códigos em sua linguagem a TV “suplanta os demais veículos de comunicação, porque, além dos códigos linguísticos e sonoros disponíveis também no rádio, utiliza o código icônico em sua linguagem” (REZENDE, 2000, P.: 40). Seu estatuto resulta do lugar que ocupa na sociedade brasileira, como também resulta justamente do poder de sua imagem, conforme também observa Antônio Brasil (2012):

“Mas o poder da televisão também é resultado de uma relação particular com o próprio poder da imagem e da informação. O meio se tornou uma forma de comunicação extremamente relevante no contexto da sociedade atual com a utilização sistemática de seu potencial imagético para divulgação de notícias” (BRASIL, 2012, p.:79).



A imagem oferecida pela TV “inspirou” a produção de informações aliada a uma gramática visual que recorre também a recursos estéticos – estilísticos, na tentativa de envolver o telespectador. Em grande parte isso também se deve principalmente a natureza da televisão brasileira, na qual informação e entretenimento sempre estiveram ligados em sua trajetória (MACHADO, 2003; MALCHER, 2010; REZENDE, 2000). E aqui refere-se ao entretenimento de forma mais ampla do que seu sentido de “divertimento” para a TV, ele é compreendido como uma forma de envolvimento, sedução e “detenção” do telespectador, “a primazia do elemento visual requer a aplicações eficiente de recursos não-verbais para atrair e manter constante o nível de curiosidade do telespectador” (REZENDE, 2000, p.:40)

De outra forma, segundo Arlindo Machado (2003), a natureza eletrônica da televisão propiciou o uso de elementos visuais que vão além das imagens captadas pela câmera, que podem ser geradas a partir de computadores. O autor coloca que o grafismo televisual corresponde ao processo de identidade visual dos programas como um todo e incorpora todo o fluxo televisual, como por exemplo, vinhetas, títulos, créditos, gráficos, mapas, fotografia, animações e infográficos, etc.

Ao incorporar características marcantes do meio televisivo, o telejornalismo cumpre uma função social e política relevante (REZENDE, 2000; VIZEU, 2008), principalmente através do “diálogo” que estabelece com o público, pois atua como um mecanismo de identificação orientando a percepção do conteúdo mediante o repertório do telespectador ao explorar camadas da mensagem informativa, dado o ritmo condensado dos produtos telejornalísticos, que coincidem com o tempo reduzido na televisão. De outra forma, se a TV é um meio de alta dispersão (MACHADO, 2003) a utilização de recursos gráficos gradativamente incorporados aos telejornais pode ser um mecanismo reiterativo, para que o público possa sempre retomar “o fio da meada” do que estava assistindo, ou possa se deter aspectos em destaque das informações.

Diferentes das imagens capturadas pela lente da câmera de caráter indicial produzidas a partir de computação gráfica, as imagens utilizadas no grafismo televisual são icônicas (PELTZER, 1991). Na maioria dos casos a edição recorre a sua utilização quando: não é possível capturar imagens pela lente da filmadora registros do acontecimento; ou é necessário uma retomada sob uma perspectiva histórica de fatos que já ocorreram; estabelecer esquemas para demonstração de dados; mapear localidades; destacar informações e ainda reconstituir ou demonstrar (outros) aspectos



de um determinado acontecimento, ação ou processo sob uma perspectiva diferenciada ou de detalhes, que uma narrativa convencional não possibilitaria.

Como mencionado anteriormente, as expressões do grafismo televisual podem exercer funções específicas dentro de cada produto do programa e se apresentar sob diversas, inicialmente neste artigo o foco está justamente em ensaiar classificações e agrupamento de tipologias para os recursos gráficos utilizados quanto ao seu modo de apresentação no telejornalismo.

Observaram-se durante o período de coleta alguns casos no telejornalismo em que foi preciso recorrer outros elementos para ajudar na compreensão de determinados conteúdos utilizando outros recursos gráficos, destaques textuais (tipográficos), holografias ou animações ilustrativas apenas para melhorar a visualização. Inicialmente, foram identificados mediante o material previamente analisado⁵ onze tipos diferentes de representações do grafismo televisual, entre eles: gráficos, tabelas, texto destaque, quadros complementares, mapas, fotografias e as próprias infografias, que ainda pouco estudadas no telejornalismo tem especial destaque nessa análise, uma tentativa de sistematizar e compreender sua utilização⁶ já iniciados em profundidade em outra proposta de pesquisa (SILVA, 2012).

3. ENSAIOS SOBRE TIPOLOGIAS NO JORNAL NACIONAL

Até o momento as pistas analisadas com o material coletado permitem pensar⁷ que os recursos utilizados no telejornal podem ser melhor compreendidos mediante o conjunto da narrativa como um todo, pois é partir disso que se pode compreender a função de cada elemento em sua estrutura. Ou seja, um gráfico ou uma infografia, por exemplo, quando visualizada dentro de cada produto, seja reportagem, notícia, entrevista e etc. está dentro de um contexto informativo particular daquele produto. Por isso é possível que influencie diretamente na ordem, forma e maneira que o conteúdo é apresentado uma vez que sua compreensão parte do pressuposto da articulação de três códigos da linguagem audiovisual: código icônico, sonoro e verbal.

⁵Neste caso os elementos como vinhetas, créditos, lettering ou Gerador de caracteres (GC), ou tituleiras de serviço e etc. que estão presentes em todos os episódios do programa e/ou que não se enquadravam no filtro de coleta proposto na metodologia não serão propriamente analisados.

⁶ Um estudo em profundidade foi dedicado a iniciar uma proposta de categorias para o uso de infografias no telejornalismo apresentado em outro congresso da área (SBPJOR, 2012).

⁷É de interesse na pesquisa discutir e problematizar melhor esta idéia, uma vez que ela ainda está em fase inicial e precisa ser amadurecida.



Na maior parte a condução da narrativa é feita pelo texto em *off* e pela apresentação do elemento tipográfico (códigos verbais⁸) que complementa ou adiciona partes significativas do conteúdo em complementaridade com o elemento icônico, componente visual da mensagem, que na maioria dos casos são imagens produzidas por computação gráfica⁸. A repetição contextual⁹ entre esses elementos (tipografia e texto em *off*) nesse caso, não deve ser encarado como uma redundância, e sim como mecanismos expressivos de destaque e manifestação de estilo dentro de uma intencionalidade na narrativa. Somado a estes, o código sonoro, sonoridade relativa à musicalidade e aos efeitos de som seriam um recurso agregado a esse produto, sendo um elemento novo a ser analisado principalmente por que a tonalidade em televisão também pode ser considerada um mecanismo expressivo. A maioria dos elementos dos recursos gráficos encontrados no telejornal tem como técnica principal a animação. Usada inicialmente no cinema a animação é uma técnica que utiliza o desenho de quadros dando-lhes movimentos próprios (PELTZER, 1991; BARBOSA JÚNIOR, 2005) e principalmente tendem a sintetizar informações e dados, bem como complementam ou destacam o texto do narrador¹⁰ (texto em *off*).

Identificadas no material coletado, as **infografias**¹¹ no telejornalismo podem se diferenciar de uma animação propriamente dita, principalmente, pela manutenção da inter-relação indissociável entre texto e imagem conduzidos por uma narrativa, e ainda, pela função informativa que exercem dentro de produtos jornalísticos, uma vez que adotamos a perspectiva proposta por Teixeira (2010) que as compreende como um subproduto do gênero informativo, ou subgênero.

Por serem compostas por dois tipos de linguagens, a verbal e a visual, é preciso compreendê-los mediante o reconhecimento de características de ambas, a relação entre esses elementos deve se constituir afim de que o propósito da permanência dos elementos tipográficos e icônicos dentro da narrativa faça sentido em função de sua construção informativa e conseqüente compreensão plena desta narrativa. Por isso,

⁸ Segundo Peltzer (1991, p. 149) em televisão pode-se trabalhar graficamente ao mesmo tempo “com dispositivos, fotografias e vídeo em movimento e congelado (signos indiciais), desenhos feitos em directo ou gravados, aproveitando o seu próprio movimento (criados na realidade e depois gravados), ou criando o movimento do próprio ecrã (animação).”

⁹ Refere-se a reprodução do texto da narração, ou parte dele, na tipografia dos produtos analisados.

¹⁰ É possível que além dessas funções tais recursos dentro da narrativa dos produtos apresentem outras funcionalidades no telejornalismo que ainda não foram evidenciadas em profundidade com está pré-análise.

¹¹ Segundo Teixeira (2010), os infográficos são compostos por elementos tipográficos e os icônicos, e podem ser constituídos por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais, inclusive aqueles mais abstratos e não necessariamente icônicos.

concordamos com a definição proposta por Teixeira (2010, p.33-34), na qual a infografia deve se dar partir da inter-relação indissociável entre o texto e imagem conduzidos por uma narrativa. Sobre o conceito de infografia jornalística ela propõe:

Definimos esse termo como uma modalidade discursiva, ou subgênero do jornalismo informativo, na qual a presença indissociável de imagem e texto – e imagem aqui aparece em sentido amplo – em uma construção narrativa permite a compreensão de um fenômeno específico como um acontecimento jornalístico ou o funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional. (TEIXEIRA, 2010, p.18).

Na análise inicial da pesquisa para o telejornalismo verificou que elas podem se apresentar de duas maneiras distintas quando compreendidos quanto aos seus modos de apresentação no telejornalismo: estáticas ou de movimento (SILVA, 2011). A primeira se refere àquelas infografias nas quais o elemento icônico, ou seja, a imagem, durante o fluxo visual dá ideia de movimento¹² ou com pequenos movimentos (de entrada, saída ou mudança dela do em relação ao elemento verbal), que pode ser a própria tipografia ou a condução do texto em *off*. Nesse caso, se destacam apenas alguns de seus elementos baseados no que se deseja dar ênfase na narrativa (Ex.: Figuras 01)

Figuras 01- Frames do tratamento com células-tronco.



Fonte: *Frames* da reportagem no Jornal Nacional, exibida¹³ em 20 jan. 2012.

Por outro lado, os elementos da infografia são *de movimento* quando acompanham todo o fluxo visual, ou seja, os elementos icônicos (ou a maior parte deles) são mais dinâmicos e se disponibilizam em imagens em movimento continuamente em relação ao texto, demonstrando mudanças de ações e momentos ao longo do tempo da narrativa (ex.: Figuras 02). As informações podem ser melhor apresentadas quando há movimentação em sequência de seus elementos, nos quais a

¹²Valero Sancho (2001, p. 208-209) ao se referir a infografias produzidas para jornais Online ressalta que mesmo sendo estáticas, apresentam algum tipo de movimento para se diferenciar de infografias impressas.

¹³ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/tratamento-com-celulas-tronco-tem-bons-resultados-contradoenca-nos-ossos/1777529/>

ênfase está justamente no movimento, ressaltando os que podem ser mais significativos para a compreensão.

Figuras 02 - Hormônio responsável pelo bem estar provocado por exercícios físicos.



Fonte: *Frames* da reportagem do Jornal Nacional, exibida¹⁴ em 13 jan. 2012.

Figuras 03 - Sequência da animação ilustrando o detalhe localização boca e nariz.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido¹⁵ em 13 jun. 2012

A sequência animada (ex.: Figura 03) se dá através do fluxo visual que demonstra “onde estaria a maior parte de micróbios”, se constitui como uma **animação ilustrativa** sendo utilizada apenas para dar destaque ao que se deseja pôr em evidência e ajudar na informação dentro de cada produto. Em alguns casos é possível serem apresentados de outra forma, ou até mesmo com imagens geradas pela câmera. Contudo, quando a imagem é apenas uma ilustração ao texto e não há uma inter-relação direta entre os seus elementos na narrativa não se constituindo efetivamente como infografias segundo o conceito adotado nessa pesquisa. A imagem não deveria ser somente um elemento ilustrativo, ou de finalidade unicamente estética, e o texto deveria atuar mais que uma simples legenda, possibilitando uma ampliação da mensagem mediante a complementaridade da linguagem verbal e visual.

Outro tipo de recursos encontrado foi o **Texto destaque** (ex.: Figuras 04) foi observado durante muitas produções do programa. Os elementos tipográficos, as cores e a grafia em negrito utilizados tem como finalidade básica chamar a atenção do telespectador para alguns trechos do texto da narrativa em *off*. A percepção desse

¹⁴ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cientistas-descobrem-hormonio-responsavel-pelo-bem-estar-provocado-por-exercicios-fisicos/1767896/>

¹⁵ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cientistas-identificam-mais-de-100-trilhoes-de-microbios-no-corpo-humano/1991713/>

elemento (Texto destaque) neste caso orienta o que se deseja por em evidência no material. O conteúdo informativo destacado, ou ressaltado no produto foi utilizado como forma complementar ou adicional ao conteúdo, melhorando a visualização ou fixação de aspectos da narrativa.

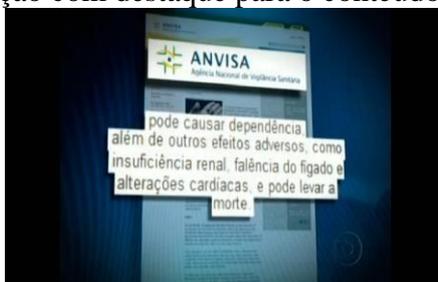
Figuras 04 - Detalhe de elemento tipográfico como mecanismo complementar a narração em *off*.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido¹⁶ em 02 Jan. 2012

Semelhante a apresentação do texto destaque, alguns casos foi necessário o uso de animações que reconstituem ou apresentam documentos com realce a partes deles com informações importantes (Ex.: Figura 05). Uma forma de mostrar partes adicionais ou semelhantes do conteúdo narrado, evidências, fontes ou dados assinalados pelo locutor.

Figura 05 - Animação com destaque para o conteúdo parte de documentos.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido¹⁷ em 16 jul. 2012

Verificou-se também o uso de **fotos**, elemento estático, dentro da estrutura da narrativa audiovisual (ex.: Figuras 06), principalmente quando a utilização desse elemento traz informações importantes, podendo demonstrar acontecimentos que a filmagem não conseguiu capturar ou que já ocorreram.

¹⁶<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pesquisa-mostra-diferencas-de-sintomas-do-infarto-em-homens-e-mulheres/1825153/>

¹⁷<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/anvisa-proibe-substancia-que-compoe-produtos-usados-por-quem-faz-atividade-fisica/2043827/>

Figura 06 - Foto utilizada dentro na narrativa de produtos do telejornal.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido¹⁸ em 01. mar. 2012

Os **gráficos** apresentados nos produtos são utilizados no intuito de agrupar as informações, fazendo correspondência através de suas proporções com as informações narradas (Ex.: Figura 07). Geralmente as variáveis dos dados, complementam ou destacam elementos da narrativa através de cores e a tipografia em destaque.

Figuras 07 - Gráficos com figuras abordando dados e variáveis nos produtos



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido¹⁹ em 06. Ago. 2012

Para o telejornalismo, nos materiais observados, tais usos foram recorrentes principalmente quando há necessidade de descrever uma gama de resultados ou dados diferentes ao telespectador em sequência. A quantidade de informações ao serem agrupadas, sintetizadas com esses recursos, pode ser uma possibilidade de manutenção do nível de atenção do telespectador (evitar a dispersão). Ou ainda, quando as informações interpretadas desse modo ajudam a visualizar melhor o que está sendo abordado, promovendo alguns aspectos importantes da mensagem.

¹⁸ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/escavacoes-no-rio-revelam-detalhes-do-periodo-da-escravidao/1837769>

¹⁹ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pesquisa-revela-queda-acentuada-na-mortalidade-infantil-no-brasil/1928288/>

Figuras 08 - Detalhe do quadro dando destaque aos conteúdos do texto



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido²⁰ em 22 ago. 2012.

Com função semelhante ao enquadramento proposto acima, o uso de **quadros destaque complementares** ao longo dos produtos coletados foram também muito utilizados. Esses quadros geralmente contêm informações tipográficas (podendo haver elementos icônicos também) que apresentam o conteúdo quando há necessidade de complementaridade da narração em *off*. Nesses casos o conteúdo presente nos quadros pode ser igual ou parcialmente diferente do texto em áudio, trazendo informações adicionais. De outra forma, são utilizados para apresentar dados de forma concomitante e contínua, ou para dar destaque à particularidades ou evidências, que são importantes para a compreensão e acompanhamento da narrativa (Ex.: Figuras 08).

O uso de **mapas** em sua maioria apresenta a localização geográfica ou parte dela para situar o telespectador no espaço correspondente ao conteúdo da narrativa, geralmente **mapas de localização indicativos** (Ex.: Figura 10), nos quais demonstrar a espacialidade é a sua principal função.

Figura 10 - Mapa com finalidade principal de localização.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido em 4 Jun 2012²¹

²⁰ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/homens-mais-velhos-tem-mais-risco-de-gerar-filhos-com-autismo-segundo-pesquisa/2102641/>

²¹ <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/producao-em-usina-hidrelicas-tem-desafio-de-produzir-sem-agressoes-ao-meio-ambiente/1978019/>

Figuras 11 - Seqüência animada de Mapa que utilizam a localização para contextualizar conteúdos.



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido²² em 4 Jun 2012.

Além dessa função presente, notou-se a apresentação de **mapas complementares contextuais** (Ex.: Figura 11), que mantém o intuito de localização, mas há uma contextualização do conteúdo, a informação deles colabora com explicações de situações ou particularidades na narrativa fazendo relações proporcionais com a localização geográfica. Nesses mapas o sentido e a expressão da informação está justamente nessa articulação que integram ou complementam o texto falado.

Figuras 12 - Detalhe de animação ilustrativa com quadro complementar ao conteúdo da narração em *off*



Fonte: *Frames* do Jornal Nacional, exibido em 16 jul. 2012.

A utilização isolada desses recursos não é determinante. Verificou-se em diversos episódios do Jornal Nacional uma combinação entre seus elementos articulando estruturas híbridas (Ex.: Figuras 12).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

²²<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/obras-de-transposicao-das-aguas-do-rio-sao-francisco-estao-atrasadas/1802658/>



O cenário atual se materializa como uma “civilização da imagem”, sua presença é um estatuto intencional na comunicação. E se a televisão opera em uma escala importante na sociedade parece oportuno buscar compreender as manifestações de recursos visuais como gráficos, mapas, tabelas, fotografias e, sobretudo, os infográficos em produtos telejornalísticos, uma vez que vêm se constituindo gradativamente como um rompimento com os modelos anteriormente dispostos e dando origem a novas práticas para a produção jornalística.

Sua utilização nesse suporte, além de ajudar a evidenciar e potencializar aspectos da informação dos produtos podendo torná-las mais contextualizadas, ou ainda, dar explicações mais detalhadas ao ressaltar particularidades que na maioria dos casos podem ser melhores representadas mediante sua utilização.

Em contrapartida é necessário considerar que pode haver variações com a intencionalidade de seus usos e sua real eficácia. Por exemplo, um texto destaque seria utilizado com o objetivo de “somatizar, complementar informações”, contudo a linguagem utilizada pode não corresponder a essa necessidade e ter um efeito contrário. É possível que essa relação dependa inicialmente na escolha do recurso utilizado, do tipo de audiência, das formas de narrativas e compreender sua estrutura o conjunto do produto no telejornal, uma vez que seu processo de construção, sua extensão e linguagens não se resumem a um estado fixo, e sim, continuam em constantes modificações.

Como esse artigo se propôs a estabelecer bases iniciais para compreender os modos de apresentação de recursos gráficos no telejornalismo é intenção analisar em profundidade os desdobramentos acerca dessa temática em outra pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARBOSA JÚNIOR, Alberto Lucena. **Arte da Animação**. Técnica, estética através da história. - 2ª Edição - São Paulo: Ed. SENAC SP, 2005.

BRASIL, Antônio. **Telejornalismo Imaginário – memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV**. Brasil. Florianópolis: Insular. 2012.

CAIRO, Alberto. Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa. Espanã: ALAMUT, 2008.

COLLE, Raymond. “Infografía: Tipologías”. In: **Revista Latina de comunicación Social**. 2004. Disponível em: http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art660.pdf. Acesso em 08 mai 2012.



MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL**. IN: Lago, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). Metodologia de pesquisa aplicada em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007. P. 199-222

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 3º Ed. - São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

MATTOS, Sérgio. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Iluska; COUTINHO, Iluska (orgs). **60 Anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

HERREROS, Mariano Cébrián. **Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación**. Madrid: Editorial Síntesis, 2003

PELTZER, Gonzalo. **Periodismo Iconográfico**. Madrid: Ediciones Rialp, 1991.

PICCININ, Fabiana. **Veja a seguir: a transição do telejornal entre a linha de montagem e a rede. Tese de doutorado**. Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Orientadora Profª . Doris Fagundes Haussen. Porto Alegre, 2007

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winfried, (coord.). **Palavra e imagem nas mídias: um estudo intercultural**. Belém: EDUFPA, 2008.

SANCHO, José Luis Valero. **La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos**. Bellaterra: UAB, 2001.

SANTOS, Mirian. Reflexão e informação nos jornais alemão e brasileiro *in* SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winfried, (coord.). **Palavra e imagem nas mídias: um estudo intercultural**. Belém: EDUFPA, 2008.

SILVA, Ana Juliana Fontes. Divulgação científica e o uso de infografias no telejornalismo brasileiro: algumas perspectivas iniciais. In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR. **Anais..** Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Novembro de 2012.

SILVA, Rafael Souza. **Controle Remoto de papel: O efeito zapping no jornalismo impresso diário**. São Paulo: Annablume; FAPESP, 2007.

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

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Inovação no telejornalismo**. O que você vai ver a seguir. Vitória, ES: Espaço Livros Editora.

VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.