

Infografia multimídia: possibilidades interativas de um novo gênero ciberjornalístico

Multimedia infographics: interactive possibilities of a new online journalistic genre

Ana Carolina de Araújo Silva e Eduardo Fernando Uliana Barboza

Infografia multimídia.
Gêneros jornalísticos.
Ciberjornalismo.
Interatividade.

Este artigo discute a classificação da infografia multimídia como um novo gênero jornalístico, mais especificamente, um gênero do ciberjornalismo. Tal classificação tem como base as características multimídia dos infográficos em questão, especialmente com relação às possibilidades interativas deste novo tipo de narrativa jornalística, que as diferem das narrativas tradicionais impressas. A pesquisa tem como base referências como Ramón Salaverría, Rafael Cores, Valero Sancho, José de Pablos, Carlos Abreu Sojo e as brasileiras Beatriz Ribas e Tattiana Teixeira, que se debruçaram sobre o tema e definem a infografia como um novo gênero jornalístico. A partir desta constatação, este artigo aponta para a especificidade da infografia multimídia como gênero do ciberjornalismo, evidenciando suas principais características como multimedialidade, hipertextualidade, interatividade e narrativa não-linear.

*Infographics multimedia.
Journalistic genres. Online
journalism. Interactivity.*

This paper discusses the classification of multimedia infographics as a new journalistic genre, more specifically, a genre of online journalism. This classification is based on the multimedia features of infographics in question, especially with respect to the interactive possibilities of this new kind of journalistic narrative that differ from traditional print narratives. The research is based on references such as Ramón Salaverría, Rafael Cores, Valero Sancho, José de Pablos, Carlos Abreu Sojo and the Brazilians Beatriz Ribas and Tattiana Teixeira, who have studied the issue and define the infographics as a new journalistic genre. From this finding, this paper points to the specificity of multimedia infographics as a genre of online journalism, highlighting its main features as multimediality, hypertextuality, non-linear and interactive narrative.

1 Introdução

A informação jornalística visual conquistou mais espaço na década de 80, a partir de uma revolução gráfica nos meios de comunicação, motivada pela chegada dos computadores pessoais às redações. A contribuição de jornalistas e *designers* gráficos europeus e norte-americanos foi fundamental para o desenvolvimento e a evolução do jornalismo visual e, conseqüentemente, da infografia.

Para Cairo (2008), um infográfico (ou infografia) pode ser considerado uma representação esquematizada e organizada de dados, diagramados em uma página impressa ou digital. O autor defende que a infografia não deve ser tratada apenas como um recurso gráfico ou um elemento complementar ao texto. Devemos “compreendê-la como uma ferramenta de comunicação e que sem sua utilização seria impossível transmitir certos tipos de dados” (CAIRO, 2008, p.33).

Os infográficos têm origem em diversas áreas do conhecimento (*design*, ilustração, informação) e é justamente por isso que apareceram como elementos de transição no cenário da mídia impressa, quebrando as barreiras e os espaços predefinidos que separavam a linguagem verbal (os textos) e a linguagem não verbal (fotografias e ilustrações) nos jornais impressos e revistas. Neste sistema informacional, a linguagem não verbal era subordinada à linguagem verbal, ou seja, a ilustração sempre dependia do texto, assim como a legenda era indispensável para a fotografia.

Já no novo contexto jornalístico em que vivemos, permeado por narrativas digitais, os limites entre linguagem verbal e não verbal não são mais tão definidos. Logo, a tradicional classificação dos gêneros jornalísticos acaba limitando a infografia à ilustrações que acompanham diversos tipos de textos jornalísticos. Este artigo, com base em autores que pesquisam as características das novas narrativas jornalísticas multimídia, discute uma nova classificação da infografia como um gênero jornalístico independente e a infografia multimídia, mais especificamente, como um gênero do ciberjornalismo.

1 Su aparición, por tanto, no es gratuita: los géneros nacen siempre de la necesidad de satisfacer una función social.
[texto original]

2 A infografia como gênero jornalístico

Salaverría e Cores (2005) argumentam que os gêneros são respostas culturais a demandas sociais surgidas em um contexto histórico determinado. “Seu surgimento, portanto, não é gratuito: os gêneros sempre nascem da necessidade de satisfazer uma função social” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.145, tradução livre)¹. Segundo os autores, o surgimento de novos gêneros corresponderia ao reflexo da evolução da própria sociedade. Seguindo essa premissa, “[...] o surgimento nos últimos anos de novos gêneros jornalísticos no ciberespaço evidenciaria o nascimento de uma nova atividade social:

uma disciplina autônoma da comunicação pública que já se deu o nome de ciberjornalismo” (DÍAZ NOCI; SALAVERRÍA, 2003, p.16-17 apud SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.145, tradução livre)².

2 [...] la aparición en los últimos años de nuevos géneros periodísticos en el ciberespacio evidenciaría el alumbramiento de una nueva actividad social: una disciplina autónoma de la comunicación pública que ya se ha dado en llamar ciberperiodismo (Díaz Noci y Salaverría, 2003: 16-17).
[texto original]

Mas, por que há a necessidade do surgimento desses novos gêneros? Salaverría e Cores (2005) justificam a resposta para esta pergunta não com base em uma necessidade de quem produz o material jornalístico, mas com foco em uma necessidade do leitor.

As características específicas de cada gênero fazem com que o leitor adote uma posição intelectual determinada com relação ao texto. Assim, não lerá de forma igual um livro de poesia, uma bula de remédio ou um jornal. Além disso, dentro do jornal, terá diferentes expectativas com relação à leitura de uma notícia, de um editorial ou de uma coluna pessoal. Esta predisposição distinta, necessária para a interpretação correta de cada um dos textos, se produz graças à existência dos gêneros (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.146, tradução livre)³

3 Las características específicas de cada género hacen que el lector adopte una posición intelectual determinada ante el texto. Así, no leerá de igual modo un libro de poesía, un vademécum farmacológico o un periódico. Más aún, dentro del periódico, tendrá distintas expectativas ante la lectura de una noticia, un editorial o una columna personal. Esta distinta predisposición, necesaria para la correcta interpretación de cada uno de los textos, se produce gracias a la existencia de los géneros.
[texto original]

É neste contexto, então, que surge a discussão da infografia como novo gênero jornalístico. Como os produtos jornalísticos no ciberespaço, cada vez mais, se distinguem do jornalismo tradicional impresso ou audiovisual, é preciso uma nova gama de gêneros que possuam as características desses novos produtos. Para De Pablos (1993), a infografia é “o último gênero que surgiu no mundo da informação jornalística impressa” (DE PABLOS, 1993, p.258, tradução livre)⁴. É a mesma opinião de Valero Sancho (2008), para quem “há muito tempo a infografia está sendo aceita como novo gênero visual no jornalismo e está se estabelecendo por méritos próprios no primeiro nível da comunicação” (VALERO SANCHO, 2008, p.495, tradução livre)⁵.

Abreu Sojo (2002) fez uma detalhada revisão bibliográfica sobre a discussão que envolve a infografia como gênero, além de pesquisa empírica junto a 40 profissionais que trabalham no setor de infografia em grandes veículos de comunicação da Espanha. O pesquisador chegou à conclusão de que a infografia é um gênero jornalístico por quatro razões: “1) Tem uma estrutura claramente definida; 2) Tem uma finalidade; 3) Possui marcas formais que se repetem em diferentes trabalhos; e 4) Tem sentido por si mesma” (ABREU SOJO, 2002, p.1, tradução livre)⁶.

O autor detalha sua justificativa para cada uma das quatro razões apontadas. Citando Leturia, Abreu Sojo (2002, p.1) afirma que a estrutura básica dos infográficos contém os seguintes elementos: título, texto, corpo, fonte e crédito. Sobre o título, especificamente, Abreu Sojo (2002) se refere a De Pablos: “O título é a primeira prova de que estamos na frente de um tipo de unidade informativa, com categoria própria e autônoma” (ABREU SOJO, 2002, p.1, tradução livre)⁷.

Com relação à segunda razão, segundo Abreu Sojo (2002), a finalidade fundamental da infografia é informar, dar resposta, na medida do possível, às seis perguntas do *lead*: quem, o que, quando, onde, como e por que ocorreu o fato. Sobre as marcas formais, o

4 [...] la infografía, el último género aparecido en el mundo de la información periodística impresa. [texto original]

5 Hace ya mucho tiempo que la infografía se está aceptando como nuevo género visual en el periodismo y se está situando por méritos propios en el primer nivel de la comunicación [texto original].

6 [...] la infografía es un género o bien para negarlo. Para nosotros sí lo es, por cuatro razones fundamentales: 1) Tiene una estructura claramente definida; 2) Tiene una finalidad; 3) Posee marcas formales que se repiten en diferentes trabajos; y 4) Tiene sentido por sí misma. [texto original]

7 El título es la primera prueba de que estamos “ante una suerte de unidad informativa, con categoría propia y autónoma”, dice José Manuel de Pablos. [texto original]

autor argumenta que sua repetição em diferentes trabalhos é que lhe deu consistência como gênero: “Além do título, texto, corpo, fonte e crédito, estão as imagens, incluídas no corpo do infográfico [...] e as quais são geralmente compostas por desenhos documentais” (ABREU SOJO, 2002, p.1, tradução livre)⁸.

O quarto motivo que justifica o enquadramento da infografia como gênero jornalístico diz respeito ao sentido da mensagem que transmite. Para Abreu Sojo (2002), de forma independente ou acompanhando uma mensagem escrita, a infografia transmite sentido próprio: “Em outras palavras, constitui uma unidade informativa, outro dos requisitos para que possamos classificá-la como um trabalho de gênero jornalístico” (ABREU SOJO, 2002, p.1, tradução livre)⁹.

3 Infografia multimídia como gênero ciberjornalístico

Além dos estudos de Abreu Sojo, que escreveu sobre a infografia como gênero em sua forma mais abrangente, Salaverría e Cores focaram seu trabalho na infografia multimídia como gênero ciberjornalístico. De acordo com os autores, a navegação hipertextual ajudou a ampliar os limites dos gêneros jornalísticos clássicos que, em sua maioria, foram importados do jornalismo impresso. Sob esse ponto de vista, é justamente a navegação hipertextual que contribuiu para converter os gêneros tradicionais “em novos gêneros que incorporam as possibilidades hipertextuais, multimídia e interativas. Ou seja, dá a luz a novos gêneros ciberjornalísticos” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.147, tradução livre)¹⁰.

Como se trata de um período de transição (tanto no que se refere às tecnologias quanto ao seu referencial teórico), Salaverría e Cores (2005) estabelecem quatro fases de desenvolvimento dos gêneros ciberjornalísticos:

1. Repetição: nível mais básico onde há uma reprodução literal no ciberespaço de gêneros e formatos textuais de meios de comunicação anteriores, especialmente do impresso;
2. Enriquecimento: quando o gênero, ainda que tenha uma correspondência muito próxima aos gêneros tradicionais dos meios impresso e audiovisual, incorpora possibilidades hipertextuais, multimídia ou interativas, ou seja, aproveita algumas características comunicativas do ciberespaço;
3. Renovação: este nível de desenvolvimento chega quando se recriam os gêneros precedentes mediante as possibilidades hipertextuais, multimídia e interativas. Mas não se trata apenas de adequações, como no nível anterior. “Supõe a reconfiguração completa de um gênero anterior a partir das possibilidades comunicativas do ciberespaço” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.149, tradução livre)¹¹. Para os autores, a infografia multimídia é o gênero que melhor exemplifica

8 La infografía tiene marcas formales que al repetirse en diferentes trabajos le han dado consistencia como género. Además del título, texto, cuerpo, fuente y crédito están las imágenes, contenidas en el cuerpo del info [...] y las cuales suelen estar conformadas por dibujos documentales [texto original].

9 En otras palabras, constituye una unidad informativa, otro de los requisitos para que podamos catalogar a un trabajo de género periodístico. [texto original]

10 La navegación hipertextual ayuda por tanto a difuminar los límites de los géneros periodísticos clásicos. O, mejor dicho, contribuye a la evolución de esos géneros, importados en su gran mayoría del periodismo impreso, para convertirlos en nuevos géneros que incorporan las posibilidades hipertextuales, multimedia e interactivas. Es decir, alumbra nuevos géneros ciberperiodísticos. [texto original]

esse nível. “Este gênero conserva laços inquestionáveis com sua antecessora impressa, mas conseguiu reconfigurar-se como um gênero novo, específico dos cibermeios, no qual a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade são elementos indissociáveis” (CORES, 2003 apud SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.149, tradução livre);

4. Inovação: consiste na criação de gêneros jornalísticos especificamente para os cibermeios, sem partir de referências prévias dos meios impressos e audiovisuais. Seria o nível de criação de um gênero totalmente novo.

Além de classificar os gêneros ciberjornalísticos em níveis, Salaverría e Cores (2005, p.150-176) também os dividem em quatro tipos: 1) gêneros informativos: transmitem dados, fatos e falas de maneira clara, concisa e “desapaixonada”; 2) gêneros interpretativos: situam a informação em seu contexto para explicar suas causas e processos, assim como suas possíveis consequências e finalidades; 3) gêneros dialógicos: baseiam-se na comunicação entre duas ou mais pessoas através de textos escritos ou orais, que pode realizar-se de forma síncrona (quando a troca de informações é simultânea, ao mesmo tempo) ou assíncrona (por mensagens não instantâneas); e 4) gêneros argumentativos: textos que tradicionalmente eram chamados de textos opinativos, nos quais seus autores, normalmente identificados, expõem uma tese e tratam de embasá-la com a finalidade de convencer o leitor sobre aquele ponto de vista.

Em um primeiro momento, os autores enquadram a infografia multimídia como um gênero informativo, seja complementando uma informação textual ou de forma independente. Neste caso, a infografia é um gênero informativo porque simplesmente informa. No entanto, não poderia ser classificada como um gênero informativo tradicional, mas um gênero do ciberjornalismo, pois a mesma é um exemplo claro de que a teoria clássica dos gêneros é insuficiente para englobar os conteúdos informativos que surgiram com os cibermeios.

A infografia tradicional, pensada para o suporte impresso, deu um salto qualitativo no ciberespaço e talvez seja o gênero que melhor aproveita as possibilidades hipertextuais e multimídia que a rede oferece: apresenta estruturas organizacionais inovadoras e integra elementos textuais, icônicos – estáticos e animados – e sonoros. (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.154-155, tradução livre) ¹²

É também a posição de Valero Sancho (2008) quando este escreve que “é necessário entender que a infografia, neste contexto, é mais uma forma de gênero que requer suas próprias características tipológicas dentro do ciberjornalismo” (VALERO SANCHO, 2008, p.495, tradução livre ¹³). E são essas próprias características tipológicas que garantem, segundo Tattiana Teixeira (2007), que a infografia seja um gênero informativo, especialmente quando se trata de infográficos multimídia autônomos e independentes de qualquer matéria.

11 Este género conserva lazos indudables con su predecesora impresa, pero ha sabido reconfigurarse como un género nuevo, específico de los cibermedios, en el que la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son elementos indisociables (CORES, 2003).
[texto original]

12 La infografía tradicional, pensada para el soporte impreso, ha dado un salto cualitativo en el ciberespacio y es quizá el género que mejor aprovecha las posibilidades hipertextuales y multimedia que ofrece la red: presenta estructuras organizativas novedosas e integra elementos textuales, icónicos — estáticos y animados— y sonoros. [texto original]

13 Es necesario entender que la infografía en este contexto es una forma más de género que requiere de sus propias características tipológicas dentro del ciberperiodismo.
[texto original]

Esta autonomia do infográfico é o que, para nós, lhe garante o seu lugar como gênero informativo. [...] A autonomia pode fazer com que o infográfico específico seja completo em si mesmo, podendo, como acontece em muitos casos, atuar como uma espécie de notícia coordenada ou um *box*, como costumamos falar em edição [...]. Trata-se de uma forma narrativa que possui características próprias e cumpre função jornalística semelhante à de uma notícia ou reportagem, por exemplo, a depender de sua complexidade. (TEIXEIRA, 2007, p.118)

No entanto, Salaverría e Cores (2005) ponderam que, apesar de ser um gênero do ciberjornalismo que informa, a infografia multimídia ainda tem uma característica interpretativa marcante, o que poderia também enquadrá-la, em vários casos, como um gênero interpretativo.

[...] o infográfico multimídia apresenta um propósito explicativo e trata de esclarecer o leitor sobre como se sucedeu um acontecimento, qual é o funcionamento de um objetivo ou por que se desenvolve de um modo certo fato. Neste caso nos encontramos frente a trabalhos geralmente mais desligados de outros textos, mais independentes. Inclusive poderíamos dizer que esses infográficos transpassam a fronteira entre os gêneros informativos (onde sem dúvida incluiríamos os gráficos mais factuais) e os gêneros interpretativos. (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.157-158, tradução livre)¹⁴

Já Beatriz Ribas (2006, p.14) argumenta que a infografia multimídia é um gênero dialógico do ciberjornalismo. A pesquisadora se baseia no fato de que a interatividade é elemento essencial na infografia multimídia e, portanto, a construção da informação é dialógica a partir de ações ou informações que também partem do usuário que, além de enviar e receber mensagens e navegar pela estrutura hipertextual do infográfico, também pode modificar a narrativa do sistema. Para Ribas (2004, p.14), essa interação pode acontecer em quatro estágios: observação, exploração, modificação e mudança recíproca.

Na infografia multimídia, o ponto de vista do desenho da experiência do usuário torna-se fundamental ao considerarmos a questão da interatividade no âmbito da narrativa, entre o usuário e o sistema. A característica mais destacada da infografia multimídia em relação aos outros gêneros é a possibilidade que dá ao usuário de fazer o acontecimento “acontecer” de novo, ou explorar o interior de algum lugar ou objeto e, ao fazer uma pergunta ao sistema (DÍAZ NOCI, 2002), obter uma resposta e perceber que controla a narrativa a partir do clique. (RIBAS, 2006, p.16)

A dificuldade em enquadrar a infografia multimídia em uma tipologia única de gênero ciberjornalístico dá-se justamente pela ampla gama de funcionalidades do gênero. Ao mesmo tempo em que informa, também proporciona a interpretação dos fatos e, em muitos casos, de forma dialógica, por ser essencialmente interativo. É a conclusão a que chega Valero Sancho (2008, p.495-496), ao acrescentar que a infografia é mais camaleônica em conteúdos e plurimorfológica que os gêneros escritos, não podendo apresentar-se, portanto, como um único gênero. Para o autor, é por isso que a

14 [...] el infográfico multimedia presenta un propósito explicativo y trata de aclarar al lector cómo sucedió un acontecimiento, cuál es el funcionamiento de un objeto o por qué se desarrolla de una manera cierto hecho. En este caso nos encontramos ante trabajos generalmente más desligados de otros textos, más independientes. Incluso podríamos decir que esos infográficos traspasan la frontera entre los géneros informativos (donde sin duda incluiríamos los gráficos más factuales) y los géneros interpretativos. [texto original]

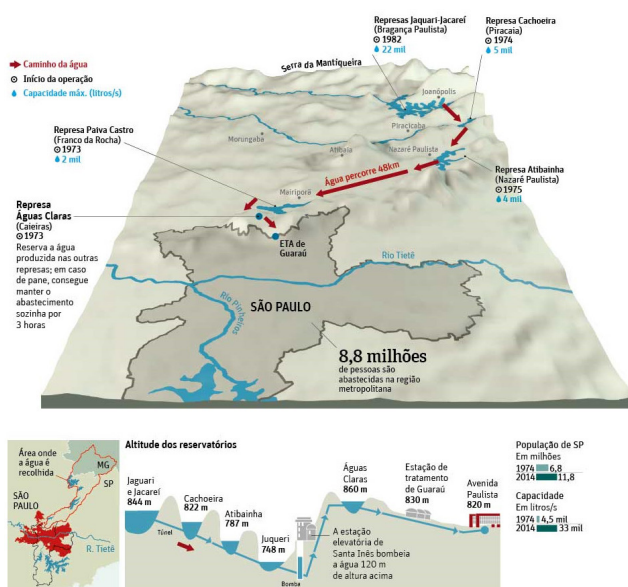
infografia deve ser vista como uma agregadora de vários gêneros jornalísticos. Quando tomamos como base a infografia multimídia como um gênero ciberjornalístico, essa afirmação faz ainda mais sentido.

4 As potencialidades da narrativa interativa na infografia multimídia

Explanadas e fundamentadas as razões que definem a infografia multimídia como um gênero ciberjornalístico, é interessante detalhar quais são as características que a definem como tal gênero, em especial com relação às possibilidades interativas que a classificam também como um gênero dialógico.

De acordo com Teixeira (2008), a infografia jornalística presente na maioria dos meios de comunicação *online* ainda faz parte da primeira geração de infográficos, caracterizada pela transposição do material criado para a versão impressa, sem a incorporação de novos recursos que a plataforma *online* possibilita, como interatividade e multimídia. É o caso do infográfico “Cantareira, 40 anos¹⁵”, publicado no site Folha.com. Esta infografia, que mostra os problemas do principal sistema de abastecimento de água na região metropolitana de São Paulo, é totalmente estática e não conta com nenhum recurso de áudio, vídeo, dados ou de animação.

Figura 1 infográfico Cantareira, 40 anos.



Enquadram-se, na segunda geração, as infografias produzidas para o impresso, mas que, quando são publicadas no ambiente *online*, ganham novos recursos, principalmente de animação, que

15 Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/08/110893-cantareira-40-anos.shtml>. Acesso em: 05 out. 2017.

16 Disponível em <http://www.clarin.com/cromanon-10-anos-tragedia/>. Acesso em: 07 out. 2017.

levam o “leitor a seguir uma sequência de quadros narrativos ou a descobrir novas informações ‘escondidas’ sobre a ilustração, provocando – em maior ou menor grau – a interatividade com o seu público-alvo” (TEIXEIRA, 2008, p.9). Os infográficos de segunda geração podem ser considerados um nível intermediário e estão presentes em algumas versões *online* de jornais e revistas e em alguns veículos de comunicação nascidos na Internet. Na concepção da autora, os infográficos da terceira geração seriam os mais adequados para o ambiente *online*, por explorarem com maior densidade as possibilidades de integração das mídias, resultando em infográficos interativos e multimidiáticos.

Já na quarta geração estariam os infográficos dinâmicos, nativos do ambiente digital, pensados, construídos e produzidos a partir de base de dados e utilizando todas as potencialidades e os recursos multimídia da comunicação *online*. Estão, neste recente nível, os infográficos produzidos por *sites* jornalísticos que já trabalham com análise e interpretação de dados abertos. Na concepção detalhada no tópico anterior, os infográficos de terceira e de quarta geração seriam os essencialmente de gênero dialógico.

A seguir, apresentamos o infográfico multimídia “Cromañón – 10 años¹⁶”, produzido pelo jornal argentino Clarin.com e classificado na quarta geração proposta pela autora. Esta infografia exploratória, desenvolvida em linguagem de programação HTML5, trata sobre os 10 anos do incêndio na boate Cromañón, em Buenos Aires, que causou a morte de 194 pessoas e deixou 1.432 feridos. O infográfico multimídia mostra o posicionamento de várias pessoas que estavam no local e como viram o início da tragédia.

Figura 2 Infográfico Cromañón – 10 anos.



A partir das reflexões de Valero Sancho (2001) e Cairo (2008) e da categorização de Teixeira (2008), podemos concluir que a infografia multimídia pode ser um recurso muito atrativo na composição de uma nova narrativa jornalística, direcionada para um público cada vez mais participativo. Uma narrativa multimidiática, inovadora, que surge exclusivamente no contexto do ciberjornalismo.

A infografia multimídia seria justamente essa nova narrativa que, de acordo com Longhi (2009), se caracteriza pela possibilidade de abranger, em um único produto informativo, diversos formatos de mídia como, por exemplo, *slide-shows* e infográficos interativos: “Tais narrativas têm utilizado a multimídia numa combinação e rearranjo de linguagens específicas dos meios digitais e, mais ainda, conectados em rede” (LONGHI, 2009, p.2).

A autora acredita que a coexistência de diversas mídias em um único suporte comunicativo seja a peça fundamental para o sucesso de um produto multimidiático, principalmente de um infográfico multimídia.

[...] a integração entre os elementos multimídia pode resultar em uma peça informativa de substância, onde forma e conteúdo se articulam em uma mensagem cuja abrangência inclui o acesso a outros materiais disponíveis na rede, configurando-se, assim, em um produto que tem na interatividade e na conexão em rede, além da memória, sua principal característica. (LONGHI, 2009, p.7)

Na opinião de Longhi (2009), quando se trata de novas possibilidades comunicativas na *web*, a narrativa multimídia é o que se tem desenvolvido de melhor no ciberjornalismo, principalmente, devido à possibilidade de integração de linguagens e a capacidade de aproveitar as principais características do meio de comunicação, neste caso, *online*.

Para Ribas (2004), a infografia multimídia soma características que fazem dela um dos modelos narrativos mais adequados à estética dos produtos jornalísticos desenvolvidos exclusivamente para a *web*. Enquanto a infografia é basicamente informação gráfica e visual originada a partir da união comunicativa entre um desenho ou pintura e texto complementar,

[...] a infografia multimídia mantém as características essenciais da infografia impressa, mas, ao ser realizada através de outros processos tecnológicos, agregar as potencialidades do meio e ser apresentada em outro suporte, estende sua função, altera a lógica, incorpora novas formas culturais. (RIBAS, 2004, p.2)

Nesse sentido, a pesquisadora Beatriz Ribas explica que a infografia multimídia “traduz as aspirações de uma estética própria do webjornalismo. Encaixa-se perfeitamente como modelo específico de composição de notícias na Web, oferecendo ao usuário todos os elementos de uma notícia potencializada pelas características do meio” (RIBAS, 2004, p.10). Isso não quer dizer que recursos narrativos habitualmente utilizados em infografias impressas - como textos e fotografias - não devem ser usados no ciberjornalismo.

17 É a quinta versão da linguagem HTML. Esta nova versão traz consigo importantes mudanças quanto ao papel do HTML no mundo da Web, através de novas funcionalidades como semântica e acessibilidade. Sua essência tem sido melhorar a linguagem com o suporte para as mais recentes multimídias. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/HTML5>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

[...] Não desconsideramos a importância do texto como modelo de notícia, mas acreditamos que, na conjuntura de uma nova formação cultural, o texto se torna complementar ao modelo infográfico multimídia, assim como a fotografia, a imagem em movimento, a gravação em sonora, a ilustração e os demais códigos comunicativos. (RIBAS, 2004, p. 10)

Rodrigues (2011) defende que a infografia multimídia tem a capacidade de ser uma linguagem jornalística independente, não ficando restrita apenas como uma ferramenta auxiliar para transmissão de informações adicionais.

Esse conceito é compartilhado por Maciel et al. (2013), que acreditam que o fator tecnológico foi decisivo para a ascensão e o desenvolvimento da infografia multimídia como objeto de destaque na produção ciberjornalística.

A evolução das tecnologias, bem como o desenvolvimento de eficientes *softwares*, permitiu o aprimoramento da infografia multimídia e, com isso, proporcionou aos leitores experiências de maior interação e dinamicidade. A infografia multimídia vai muito além da mera explanação informativa: ela traz à luz aspectos específicos e singulares de determinado assunto. Através dela, o leitor tem a possibilidade de observar, visualizar a informação e os dados ali apresentados e não apenas ler sobre esta informação. (MACIEL et al., 2013, p.12)

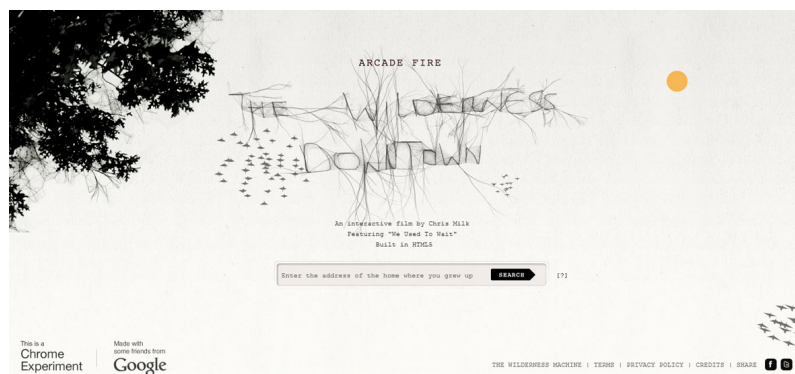
Nesse sentido, se combinarmos, por exemplo, recursos avançados provenientes de programação em linguagens mais recentes como o HTML5, a infografia multimídia poderia alcançar bons níveis de interação com o usuário, promovendo de forma simples e lúdica o entendimento sobre o tema abordado pela reportagem e oferecendo uma nova perspectiva narrativa. Isso seria possível porque “os infográficos multimídia permitem mostrar uma grande quantidade de dados, explicar como sistemas funcionam ou explicitar ideias, através de notas visuais” (MACIEL et al., 2013, p.12).

A seguir, apresentamos um interessante exemplo das potencialidades da linguagem HTML5 no campo do entretenimento, em particular uma iniciativa proveniente do universo musical. Salientamos que as iniciativas na área do jornalismo online utilizando esta tecnologia ainda são escassas.

Muitas bandas têm como característica utilizar elementos que extrapolam a concepção tradicional de um videoclipe. Nesse contexto, a tecnologia HTML5 ganha cada dia mais espaço. A banda canadense Arcade Fire investe, frequentemente, na produção de clipes interativos. Uma das últimas incursões do grupo nesse ambiente foi o clipe da música “We used to wait¹⁸”, do álbum “The suburbs”.

18 Disponível em: <<http://www.thewildernessdowntown.com/>>. Acesso em: 05 out. 2017.

Figura 3 Página de abertura do clipe “We used to wait”.



Totalmente interativo, o videoclipe utiliza recursos do Google Maps e do Street View para fornecer uma versão personalizada ao usuário, que precisa digitar um endereço de sua escolha para assistir ao trabalho. Durante o clipe, imagens de cenas gravadas se misturam com imagens geradas em tempo real pelas ferramentas de geolocalização do Google. Várias janelas mostram um homem correndo e a sensação é de ele estar no local que foi sugerido. O clipe ainda tem uma ferramenta interativa de desenho. Devido a questões de compatibilidade com o HTML5, o clipe multimídia e interativo pode ser visto apenas em computadores e dispositivos com o navegador Chrome.

5 Considerações finais

Ao longo do artigo, foi evidenciado como os produtos jornalísticos no ciberespaço, cada vez mais, se distinguem do jornalismo tradicional impresso ou audiovisual e, para tanto, é preciso uma nova gama de gêneros que possuam as características desses novos produtos.

Um dos novos gêneros do jornalismo que surge nesse contexto é a infografia, tradicionalmente apontada como elemento que acompanhava textos jornalísticos, mas que diversos autores definem como uma narrativa jornalística independente e autônoma, com características próprias que justificam a sua inclusão como novo gênero jornalístico.

Porém, também ficou claro que a infografia passou por diversas fases, acompanhando a transição das narrativas jornalísticas do impresso para a Internet, o que resultou em subdivisões desse gênero. A infografia multimídia, destacada neste artigo, é uma dessas subdivisões e, especificamente, um gênero do ciberjornalismo, visto que traz intrínsecas características que constituem elementos

essenciais das narrativas jornalísticas *online*. Um desses elementos essenciais na infografia multimídia é a interatividade, que justifica a classificação deste tipo de infografia como gênero dialógico.

É fundamentalmente dialógica porque a infografia multimídia revolucionou a visualização de informações *online*, agregando recursos e ferramentas audiovisuais que deram vida ao infográfico, tornando-o manipulável, interativo e participativo. Com o advento dessa nova tecnologia, os infográficos deixam a condição de apresentações estáticas para se transformarem em ferramentas de análise de informações, desenvolvidas não só a partir do ponto de vista de quem elabora o material, mas de quem o manipula e, por meio de recursos interativos, hipertextuais e multimidiáticos, também define a narrativa, cada vez mais personalizada a cada usuário/leitor.

Neste novo ambiente tecnológico, a infografia transforma-se em uma ferramenta comunicativa *online* que conta com a participação do usuário – atributos que agregam ao meio de comunicação características de mídia cidadã.

Em um contexto de transformação constante das tecnologias e, conseqüentemente, das narrativas jornalísticas, a infografia multimídia apresenta-se mais que uma possibilidade complementar de informação. Trata-se de uma narrativa e um gênero completamente novo, independente, com características próprias e com grande potencial para atender as demandas de um novo leitor/consumidor de notícia, menos interessado em ser somente informado e mais propenso a participar da construção da notícia.

Referências

- ABREU SOJO, Carlos. Es la infografia un género periodístico?. **Latina–Revista Latina de Comunicación Social**, v. 5, n. 51, 2002. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>>. Acesso em: 25 set. 2014.
- CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0**: visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Alamut, 2008. 125 p.
- DE PABLOS, José Manuel. Infografía o infoperiodismo, el nuevo género periodístico: ¿cómo y cuándo? **Comunicación y Sociedad**, v. 18, p. 257-277, 1993. Disponível em: <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/18-19_1993/257-277.pdf>. Acesso em: 12 out. 2014.
- LONGHI, Raquel R. Narrativas webjornalísticas em multimídia: breve estudo da cobertura do NYTimes.com na morte de Michael Jackson. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2009. **Anais...**, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/raquel_ritter_longhi.pdf>. Acesso em: 20 dez 2014.

- MACIEL, Ruana S; NUNES, Milena; SOUZA, Carlos H. **Infografia multimídia no jornalismo on-line**. In: II CONINTER – CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES, 8-11 out. 2013. Anais... Belo Horizonte, 2013.
- RIBAS, Beatriz. Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo. **Anais do II SBPJor** (CD-ROM). Salvador-BA/Brasil, 2004.
- RIBAS, Beatriz. O contexto digital e os gêneros jornalísticos: considerações sobre a retórica da narrativa na Web. **IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)**, 2006. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2006_ribas_sbpjor_portoalegre_narrativa.pdf>. Acesso em: 12 out. 2014.
- RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Sulina, 2009.
- SALAVERRÍA, R.; CORES, R. Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. In: SALAVERRÍA, R. (org.). **Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, p. 145-185. Disponível em: <<http://dadun.unav.edu/handle/10171/7284>>. Acesso em: 12 out. 2014.
- TEIXEIRA, Tattiana. A presença da infografia no jornalismo brasileiro proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso. **Revista Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 9, n. 2, p. 111-120, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/viewArticle/5749>>. Acesso em: 7 set. 2014.
- _____; RINALDI, Mayara. Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório. **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2008. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada8tattianateixeira.pdf>>. Acesso em: 22 dez. 2014.
- VALERO SANCHO, José Luis. **La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos**. Valencia: Aldea Global, 2001.
- VALERO SANCHO, José Luis. La infografía digital en el ciberperiodismo. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 63, p.492-504, 2008. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/42_799_65_Bellaterra/Jose_Luis_Valero.html>. Acesso em: 12 out. 2014.

Sobre os autores

Ana Carolina de Araújo Silva

<anacarolaraujosilva@gmail.com>

Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e docente do curso de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Eduardo Fernando Uliana Barboza

<eduardofernandouliana@gmail.com>

Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo.