

Infografia como gênero jornalístico independente e plurimorfológico

Infographics as an independent and plurimorphological journalistic genre

Eduardo Fernando Uliana BARBOZA¹

Resumo

Este artigo propõe o debate conceitual se a infografia é apenas uma ferramenta que auxilia na compreensão da notícia ou é um gênero jornalístico independente e com características próprias. Tal discussão tem como base as características próprias dos infográficos, especialmente com relação às possibilidades interativas dos infográficos multimídia, por exemplo, uma narrativa jornalística, que as diferem das narrativas tradicionais impressas. O trabalho será embasado em autores como Ramón Salaverría, Rafael Cores, Valero Sancho, José de Pablos, Carlos Sojo, Beatriz Ribas e Tattiana Teixeira, pesquisadores que se debruçaram sobre o tema e definem a infografia como um novo gênero jornalístico independente e em constante transformação. A partir desta constatação, este artigo também aponta para a especificidade da infografia multimídia como gênero do ciberjornalismo, evidenciando suas principais características como multimedialidade, hipertextualidade, interatividade e narrativa não-linear.

Palavras-chave: Infografia. Gêneros Jornalísticos. Interatividade. Infografia Multimídia. Narrativa Jornalística.

Abstract

This article proposes the conceptual debate whether infographics is just a tool that helps in understanding the news or is it an independent journalistic genre with its own characteristics. This discussion is based on the characteristics of infographics, especially in relation to the interactive possibilities of multimedia infographics, for example, a journalistic narrative, which differ from traditional printed narratives. The work will be based on authors such as Ramón Salaverría, Rafael Cores, Valero Sancho, José de Pablos, Carlos Sojo, Beatriz Ribas and Tattiana Teixeira, researchers who have focused on the topic and define infographics as a new independent journalistic genre in constant transformation. Based on this observation, this article also points to the specificity of multimedia infographics as a genre of cyberjournalism, highlighting its main characteristics such as multimediality, hypertextuality, interactivity and non-linear narrative.

Keywords: Infographics. Journalistic Genres. Interactivity. Multimedia infographics. Journalistic Narrative.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). E-mail: eduardofernandouliana@gmail.com

Introdução

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 nossa)². 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 nossa)³.

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” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.146, tradução nossa).⁴

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 nossa)⁵. É a mesma opinião de Valero Sancho (2008),

² Su aparición, por tanto, no es gratuita: los géneros nacen siempre de la necesidad de satisfacer una función social. [texto original]

³ [...] 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]

⁴ 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. [texto original]

⁵ [...] la infografía, el último género aparecido en el mundo de la información periodística impresa. [texto original]

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 nossa)⁶.

Infográficos: do impresso ao multimídia

Abreu Sojo (2002) fez uma detalhada revisão bibliográfica sobre a discussão que envolve a infografia como gênero e 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 nossa)⁷.

O autor detalha sua justificativa para cada uma das quatro razões apontadas afirmando 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 nossa)⁸.

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 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 nossa)⁹. O quarto motivo

⁶ Hace ya mucho tiempo que la infografía se está aceptando com nuevo género visual en el periodismo y se está situando por méritos propios en el primer nivel de la comunicación [texto original].

⁷ [...] 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]

⁸ 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]

⁹ 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].

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 nossa)¹⁰.

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 nossa)¹¹.

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

¹⁰ En otras palabras, constituye una unidad informativa, otro de los requisitos para que podamos catalogar a un trabajo de género periodístico. [texto original]

¹¹ 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, alumbró nuevos géneros ciberperiodísticos. [texto original]

de um gênero anterior a partir das possibilidades comunicativas do ciberespaço” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.149, tradução nossa)¹². Para os autores, a infografia multimídia é o gênero que melhor exemplifica 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 nossa)¹³;

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.

¹² Supone la reconfiguración íntegra de un género anterior a partir de las posibilidades comunicativas del ciberespacio. [texto original]

¹³ 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 indisolubles (CORES, 2003). [texto original]

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 nossa)¹⁴

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 nossa)¹⁵. 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. “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* [...]” (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 dos gráficos mais factuais) e os gêneros interpretativos. (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.157-158, tradução nossa)¹⁶

¹⁴ 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]

¹⁵ 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]

¹⁶ [...] 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

Beatriz Ribas (2006, p.14) argumenta que a infografia multimídia é um gênero dialógico. 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), 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” (RIBAS, 2006, p.16).

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 fixo. Para o autor, é por isso que a infografia deve ser vista como uma agregadora de vários gêneros jornalísticos. Quando tomamos como exemplo a infografia multimídia como um gênero ciberjornalístico, essa afirmação faz ainda mais sentido.

Classificação e tipologia dos infográficos

Assim como as definições de infografia são muitas, também o são os estudos que propõem sua classificação e tipologia. Neste tópico, será apresentada uma síntese das propostas de Gonzalo Peltzer, Ary Moraes, Tattiana Teixeira e Alberto Cairo.

Peltzer (1991) divide os infográficos em três grandes categorias que possuem subcategorias. Vista é o nome da primeira categoria. Fazem parte dela os infográficos formados por desenhos em que todos os elementos do objeto representado são colocados proporcionalmente no mesmo lugar, com detalhes. Esta categoria é subdividida em plano, corte, perspectiva e panorama.

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]

A segunda categoria é formada pelos infográficos explicativos. Segundo Peltzer (1991), os infográficos explicativos são baseados em temáticas envolvendo causa e efeito, retrospectivos, antecipativos, passo a passo ou sobre fluxo de informações.

Os infográficos reportagem pertencem à última categoria proposta por Peltzer (1991). Esses infográficos estão divididos em realistas e simulados. De acordo com o autor, os infográficos realistas procuram representar os fatos, as pessoas e as coisas, exatamente como são vistas. Já os infográficos simulados representam os fatos, as pessoas e as coisas de acordo como se imagina que algo é ou aconteceu.

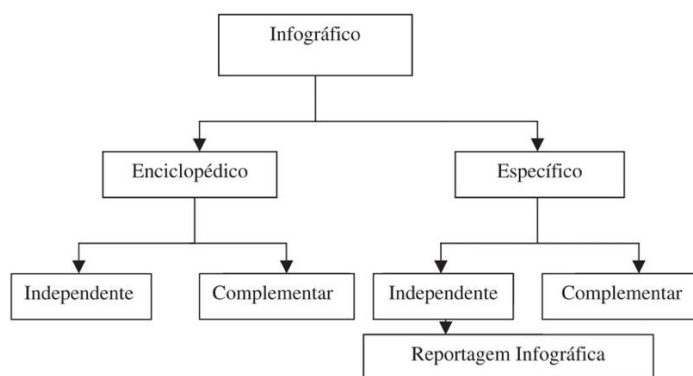
Assim como Peltzer (1991), Moraes (2013) divide os infográficos em três categorias, de acordo com o papel de mediação do entendimento sobre o assunto abordado que o infográfico cumpre. Contudo, apesar dos nomes das categorias propostas por Peltzer (1991) e Moraes (2013) serem diferentes, o conceito de cada uma delas é semelhante. Seguindo a categorização de Moraes (2013), os infográficos exploratórios devem ser utilizados em situações em que o objetivo principal é a apresentação e a descrição do elemento analisado. Esses infográficos “constituem-se no nível mais simples quanto à complexidade das informações e apresentam as formas mais elementares de visualização de dados” (MORAES, 2013, p.74).

Os infográficos explanatórios funcionam muito bem para explicar o funcionamento de objetos, fenômenos, relações organizacionais e interpessoais “intrínsecas a determinado fenômeno, ou ainda como este se desenvolve no espaço e no tempo, assumindo em alguns casos funções narrativas” (MORAES, 2013, p.75). Também são recomendados para a cobertura de eventos previsíveis como datas comemorativas, grandes competições esportivas e lançamentos de novos produtos.

Por sua vez, os infográficos historiográficos, como o próprio nome diz, são baseados em fatos e acontecimentos históricos. Seu objetivo é contextualizar novos elementos, ligando-os a esses acontecimentos. “Sua forma mais característica é a chamada linha do tempo (*timeline*) ou cronologia, na qual os fatos são dispostos segundo uma ordem cronológica definida – minutos, dias, anos etc.” (MORAES, 2013, p.75-76).

Teixeira (2007) também apresenta uma sugestão de classificação, visualizada por meio do modelo tipológico a seguir:

Figura 1 - Modelo tipológico de infografia de Tattiana Teixeira.



Fonte: Teixeira, 2007, p.114.

A autora faz uma primeira grande divisão, diferenciando infográficos enciclopédicos de específicos. Os primeiros trazem explicações de caráter mais universal e generalista como, por exemplo, o funcionamento do corpo humano ou o que são partidos políticos. Os específicos, segundo Teixeira (2007), tratam de assuntos mais singulares, como a reprodução de um acidente a partir de depoimentos ou a explicação de um novo experimento cirúrgico. Ambos os grupos estão divididos em independente e complementar.

Teixeira (2007) exemplifica os enciclopédicos complementares dizendo que são muito semelhantes a figuras de livros didáticos e manuais. Os enciclopédicos independentes se caracterizam por não acompanharem nenhuma matéria em especial e por tratarem de temas amplos. Os específicos complementares, como lembra o próprio nome, complementam uma notícia ou reportagem expondo ou narrando de modo diferenciado aspectos singulares do tema da matéria. Os específicos independentes, segundo a autora, são raros: “Aparecem como uma forma totalmente diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto, compõem um infográfico complexo” (TEIXEIRA, 2007, p.115).

Diferente das categorizações propostas por Peltzer (1991), Moraes (2013) e Teixeira (2007), Cairo (2008) apresenta a infografia – ou, como ele prefere chamar, visualização de informação – a partir de duas concepções teóricas coexistentes: a estetizada e a analítica.

A infografia/visualização estetizada enfatiza os aspectos e o peso visual do gráfico, assim como o poder que ele tem para deixar as páginas mais atraentes, dinâmicas e apresentáveis para o leitor. “A corrente estetizada concebe a infografia como um

elemento ornamental e informativo ao mesmo tempo, apesar de que em muitos casos é permitido que os elementos estéticos atrapalhem a compreensão das histórias” (CAIRO, 2008, p.29).

De acordo com Cairo (2008), a segunda categoria, denominada infografia analítica, surge a partir de uma tendência que tem dominado os principais meios de comunicação do mundo: a utilização de bancos de dados na produção de reportagens. Para o autor, “a infografia, entendida sob esta óptica, não somente mostra e descreve fatos, mas descobre conexões, constantes, padrões não evidentes à primeira vista que, por não serem representados visualmente, permaneceriam desconhecidos ao leitor” (CAIRO, 2008, p.29). Nessa concepção, o quesito estético fica em segundo plano. A prioridade é facilitar o entendimento e a análise da informação.

Contudo, atualmente, a infografia estetizada ainda domina a maior parte das produções infográficas dos meios de comunicação impressos. Isso acontece devido à difusão excessiva de uma cultura informativa alimentada cada vez mais pela imagem em detrimento do texto.

A literatura acadêmica procedente dos departamentos de comunicação de massas e jornalismo ajudou a potencializar a concepção estetizada, uma vez que é extremamente ambígua no que diz respeito às origens e principais funções da visualização de informação. Por um lado, todos os autores mais citados da língua espanhola destacam o potencial da infografia como ferramenta jornalística. Mas, por outro, dão uma ênfase excessiva na sua capacidade de fazer publicações impressas “mais atraentes” para um leitor que “já não lê” por viver imerso na “cultura da imagem”. (CAIRO, 2008, p.29-30)

A infografia multimídia está enquadrada, segundo Cairo (2008, p.68), na infografia analítica, pois deixa de ser uma simples apresentação de dados para se transformar em uma ferramenta de análise de dados pelos leitores. Mas a grande transformação acontece a partir da transição da infografia *online* estática para a interativa, com a chegada da infografia multimídia.

Derivada da infografia analítica, a infografia multimídia revolucionou a visualização de informações *online*, agregando recursos e ferramentas 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.

De acordo com Cairo (2008), interatividade e multimídia são os principais recursos que definem a infografia *online*. Para o autor, o ambiente digital é propício para o desenvolvimento de produtos jornalísticos interativos, inclusive os infográficos multimídia, devido à possibilidade de trabalhar de forma integrada com vários tipos de mídias. Os meios de comunicação *online*, por natureza, têm essa capacidade de combinar texto, áudio, vídeo, gráficos animados e galeria de fotos em um único produto informativo: “Todas as ferramentas comuns nos meios audiovisuais têm espaço na infografia interativa, e o interesse por explorar sua utilização é crescente” (CAIRO, 2008, p.79). No entanto, é importante ressaltar que apenas utilizar os recursos disponíveis na *web*, sem que eles tenham alguma funcionalidade, não define um produto jornalístico como multimídia.

Com base nessa perspectiva, a interatividade incorpora aos infográficos multimídia recursos capazes, por exemplo, de explicar o funcionamento de uma usina hidrelétrica, seja para uma criança de oito anos ou para uma pessoa de oitenta. Isso porque os infográficos interativos possuem funções, elementos lúdicos e exploratórios intuitivos que, a partir de poucos comandos, guiam o usuário pelo conteúdo informativo.

Considerações finais

Os conceitos e argumentos apresentados pelos autores citados nesse artigo mostram como de fato a infografia pode ser abordada como um gênero jornalístico independente e em constante transformação, muito devido a evolução das tecnologias utilizadas para sua produção, novas plataformas de publicação e diferentes formas de consumo de conteúdos jornalísticos.

Não podemos esquecer que a infografia aparece em um momento de grandes transformações nos sistemas de comunicação. Com o advento de novas tecnologias de produção e impressão e as reformas gráficas e editoriais de jornais e revistas realizadas na década de 1990, a infografia foi, aos poucos, ganhando espaço em redações jornalísticas ao redor do mundo.

Os infográficos, desde os estáticos até os interativos, podem ser utilizados como um recurso para contar uma história, servindo como um suporte que sustenta a reportagem ou como a própria reportagem em si.

Por exemplo, o infográfico multimídia, pode ser uma opção interessante para explicar visualmente o fato, como informações sobre lesões de atletas, circunstância na qual não é visível o tema central da matéria, mas pode ser recriado graficamente com ajuda de realidade virtual e elementos digitais interativos.

Nesse sentido, acreditamos que as possibilidades comunicacionais que a infografia oferece atualmente podem ser experimentadas em níveis elevados de interação, manipulação e exploração do conteúdo jornalístico contribuindo para a melhor compreensão do material e promovendo o engajamento social sobre o tema exposto. Além disso, a infografia apresenta-se como um elemento comunicacional independente que pode contar com a participação do usuário, fornecendo e abastecendo com novos dados e informações conteúdos jornalístico interativos e personalizáveis – atributos que agregam ao meio de comunicação características de mídia cidadã. E com constante evolução das tecnologias empregadas na produção dos infográficos novos formatos podem ser desenvolvidos constantemente.

Referências

ABREU SOJO, Carlos. Es la infografía un género periodístico? **Latina–Revista Latina de Comunicación Social**, v. 5, n. 51, 2002.

CAIRO, Alberto. **Infografía 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.

MORAES, Ary. **Infografía**: história e projeto. São Paulo: Blucher, 2013.

PELTZER, Gonzalo. **Periodismo iconografico**. Madrid: Rialp, 1991.

RIBAS, Beatriz. Infografía 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: 02 jun. 2022.

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: 08 jul. 2022.

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

VALERO SANCHO, José Luis. La infografía digital en el ciberperiodismo. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 63, p.492-504, 2008.