revista Fronteiras – estudos midiáticos
IX(2): 111-120, mai/ago 2007
© 2007 by Unisinos

A presença da infografia no jornalismo brasileiro – proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso

Tattiana Teixeira[1]

Este artigo apresenta uma proposta de organização tipológica da infografia, bem como a sua classificação como uma modalidade do gênero informativo, tomando como ponto-de-partida o estudo de caso de 10 anos das revistas *Superinteressante* e *Saúde*, publicações da Editora Abril internacionalmente premiadas pelo uso diversificado da infografia. A partir daí, propõe-se uma discussão mais ampla que se aplique ao infográfico de um modo geral e não apenas àqueles tradicionalmente usados em publicações ligadas ao jornalismo científico. Este trabalho é um dos resultados da pesquisa "O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro", desenvolvida no âmbito do NUPEJOC/UFSC.

Palavras-chave: jornalismo, infográficos, gêneros jornalísticos, jornalismo científico.

The presence of infographics in Brazilian journalism – A proposal of a typology and classification as a journalistic genre on the basis of a study case. This article presents a proposal for the typological organization of infographics, as well as its classification as a kind of basic informative item, taking as a starting point the case study of ten years of the magazines *Superinteressante* (Super-interesting) and *Saúde* (Health), publications of Editora Abril which have won international awards for their diversified use of infographics. Beginning with this, a wider discussion is proposed regarding infographics in general and not only those aspects traditionally used in publications concerned with scientific journalism. This work is one of the results of the research project, "The use of infographics in Brazilian scientific journalism", developed in the NUPEJOC/Federal University of Santa Catarina.

Key words: journalism, infographics, journalistic genres, scientific journalism.

A partir del estudio de caso en las revistas Superinteressante y Saúde (1994-2004), publicaciones de la Editora Abril internacionalmente premiadas por el uso diversificado de la infografía, este artículo la define como una modalidad del género informativo y presenta una propuesta tipológica para la infografía periodística. Además propone una discusión más amplia sobre el infográfico de un modo más general y no solamente àquellos tradicionalmente utilizados en publicaciones relacionadas al periodismo científico. Este trabajo es uno de los resultados del proyecto "El uso de la infografía en el periodismo científico brasileño", desarrollada en el NUPEJOC/UFSC.

Palabras claves: periodismo, infográficos, géneros periodísticos, periodismo científico.

[1] Jornalista. Doutora em Comunicação pela FACOM/UFBA. Professora da graduação e do mestrado em Jornalismo da UFSC. Líder do Núcleo de Pesquisas em Linguagens do Jornalismo Científico (NUPEJOC). E-mail: tattiana@cce.ufsc.br

Introdução

Em 1806, foi publicado em Londres o primeiro gráfico informativo – leia-se infográfico – da história da imprensa. Pelo menos é isto que defendem autores como Peltzer (1991) e Souza (2005), apenas para citar alguns. O tema do recurso gráfico-textual foi um típico caso de *hard news*, qual seja, o assassinato de um homem. Nestes dois séculos que separam esta primeira publicação dos dias atuais, muita coisa mudou no fazer jornalístico e, em muitos veículos, não se percebe uma evolução efetiva – não tecnológica, propriamente, mas conceitual - do uso da infografia jornalística, quando comparada àquela primeira representação - apesar de todos os avanços registrados neste período e a massivamente destacada importância das imagens para a comunicação na contemporaneidade.

Enquanto outras modalidades discursivas – ou subgêneros – não apenas passaram por reformulações ao longo das últimas décadas, mas foram amplamente discutidos pela Academia, à infografia jornalística cabe uma série de problemas de conceituação e compreensão que já começam pela indefinição sobre qual profissional deve ser responsável pela sua elaboração e concepção dentro de um veículo jornalístico, independentemente do suporte (impresso, eletrônico, digital). Não é para menos. No Brasil, o recurso raramente é discutido – apesar de profissionais brasileiros serem reconhecidos internacionalmente em função da qualidade dos infográficos que produzem - e na Espanha – onde já existe uma bibliografia mínima sobre o tema – não se chegou a um consenso sequer sobre a condição de gênero jornalístico a ser atribuído à infografia. Seria um gênero autônomo? Um gênero complementar, como defende Hidalgo (2002) ou não deve nem ser compreendida como um gênero jornalístico? É preciso enquadrá-la em uma categoria diferenciada – o jornalismo iconográfico – para compreendê-la em sua complexidade (Peltzer, 1991)? Também não há consensos quanto à tipologia. O que separa – ou aproxima - um gráfico de barras de um infográfico? E as tabelas são uma forma de infografia? Quais os limites e exigências de um infográfico? O tema é complexo.

Às vezes vista como um recurso estético ou um substituto das fotografias e até mesmo dos textos tradicionais, a infografia não é, em essência, jornalismo. Seu uso é disseminado em livros didáticos, trabalhos científicos, manuais de produtos eletrônicos. Ou seja, sempre que se pretende explicar algo, de uma forma clara e, sobretudo, quando só o texto não é suficiente para fazê-lo de maneira objetiva. A infografia é, portanto, um recurso que alia imagem e texto de modo complementar para passar alguma(s) informação(ões). Ao compreendê-la enquanto modalidade jornalística, o conceito defendido por Valero Sancho (2001) nos parece providencial, embora não concordemos com algumas passagens de seu livro. Para o autor catalão, "se puede decir com cierta seguridad que la infografia de prensa es uma aportación informativa, realizada com elementos icônicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo" (2001, p. 21). O mesmo autor também destaca as oito características peculiares de uma infografia jornalística. Entre elas, destacamos (1) a obrigação de dar significado a uma informação plena e independente; (2) que permita compreender o acontecimento noticiado; (3) que tenha capacidade informativa suficiente para ter significado próprio ou que realize funções de síntese ou complemento da informação escrita.

Tais prerrogativas estão presentes em boa parte dos infográficos produzidos por empresas jornalísticas que se preocupam em usar sistematicamente este recurso. No Brasil, esta política começou a ser adotada no final dos anos 80, liderada por profissionais de veículos como *O Dia* e *O Globo*, por exemplo, além de revistas da Editora Abril, que passaram a usá-los, sistematicamente, na década de 90. Mas esta proposta editorial não surgiu sem polêmicas e boa parte delas reside exatamente no fato de alguns jornalistas serem contrários ao uso da infografia como complemento à sua matéria ou mesmo como um modo diferenciado de narrar acontecimentos jornalísticos. Eugenio Bucci defende que a "infografia não é o desenho, é o relato de uma reportagem pelo desenho. [...] O infografista não é um ilustrador, essa é uma primeira demarcação importante de ser feita, ele é um repórter que explica com linguagem que usa recursos visuais"[2]. O jornalista e professor foi um dos responsáveis pela implantação da infografia jornalística na revista *Superinteressante*, quando assumiu a Redação da publicação, em 1994. À época, precisava convencer alguns profissionais.

> *[...] quando alguém me provocava muito com o argumento de que a infografia era um rebaixamento do texto, eu fazia uma contraprovocação que é uma*

[2] Entrevista concedida à bolsista PIBIC-CNPq, Mayara Rinaldi (2006a).

barbaridade, mas, para efeito de argumentação, é boa: tome a primeira parte de Os Sertões *e a transforme em um infográfico que ela vai ser muito melhor. É claro que isso é uma barbaridade, mas é um bom exercício para imaginarmos o que pode ser a utilidade da infografia*[3].

Metodologia

Tomando como base tais pontos de partida, este trabalho pretende discutir a infografia, a partir dos estudos realizados no âmbito do Núcleo de Pesquisa em Linguagens do Jornalismo Científico. Para isto, fez-se uma exaustiva revisão bibliográfica de livros e textos sobre infografia, design gráfico e jornalismo, bem como a primeira etapa de uma pesquisa de campo que analisou a presença da infografia nas revistas *Superinteressante*, *Saúde* e *Ciência Hoje*, entre 1994 e 2004. O ano de 1994 foi escolhido porque marca o uso da infografia mais elaborada na *Superinteressante* – que, posteriormente, exportou jornalistas para a *Saúde*, influenciando o uso da infografia também nesta publicação - e um movimento neste sentido dentro da Editora Abril, manifestado através da promoção de cursos e palestras sobre o tema para seus funcionários, fato ressaltado, inclusive, em algumas "cartas ao leitor" da época. A *Ciência Hoje* foi escolhida para servir como contraponto, uma vez que se trata de uma revista típica de divulgação científica que publica, na maior parte de suas páginas, artigos assinados por pesquisadores de todo o país, que versam sobre os mais variados temas.

Trata-se, portanto, de um estudo de caso múltiplo e este texto, em especial, não pretende ater-se exclusivamente à leitura dos dados contidos nos relatórios de pesquisa já elaborados pelos acadêmicos Mayara Rinaldi, Elaine Manini e Thiago Santaella, mas usá-los para teorizar de modo mais amplo sobre a infografia, o que consideramos possível, tendo em vista a metodologia aqui adotada. Como ressalta Robert Yin (2005, p. 29-30), "[...] os estudos de caso [...] são generalizáveis a proporções teóricas, e não a populações ou universos. Nesse sentido, o estudo de caso, como o experimento, não representa uma "amostragem", e, ao fazer isto, seu objetivo é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar freqüências (generalização estatística)". Tanto é assim que em algumas passagens deste texto utilizaremos como exemplo material produzido por outras publicações e não apenas aquelas que estudamos mais detidamente.

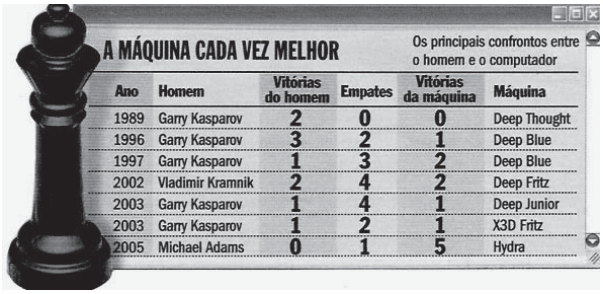
Para tanto, apontaremos aqui uma nova proposta de tipologia e discutiremos a questão da infografia como modalidade jornalística. Esperamos assim tornar públicas algumas breves conclusões que a pesquisa quantitativa desenvolvida até aqui já indica, promovendo um debate profícuo, enriquecedor.

Tipos de infográficos

Autores como De Pablos (1999) defendem que todo infográfico deve conter os seguintes elementos: (1) título; (2) texto de entrada – uma espécie de lead com informações gerais; (3) indicação das fontes e (4) assinatura. Este formato é adotado por boa parte das redações que têm tradição no uso deste recurso e contribui de maneira efetiva para a maior qualidade do material apresentado ao leitor (telespectador ou usuário, no caso da infografia *on line*). Além disso, um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas. Mas um mapa é, por princípio, um infográfico? E uma tabela, quando ela pode ser considerada uma infografia, em especial, um infográfico com valor jornalístico? O limite se daria a partir de uma equação bastante simples: um infográfico pressupõe a inter-relação indissolúvel entre texto (que vai além de uma simples legenda ou título) e imagem que deve ser mais que uma ilustração de valor exclusivamente estético. Podemos dizer, portanto, que este binômio imagem e texto, na infografia, exerce, por princípio, uma função explicativa e não apenas expositiva. O infográfico, enquanto discurso, deve ser capaz de passar uma informação de sentido completo, favorecendo a compreensão de algo e, neste sentido, nem imagem, nem texto deve se sobressair a ponto de tornar um ou outro indispensável.

Algumas vezes, as tabelas, gráficos e mapas apresentados em jornais e revistas – e até em veículos *on line* que, em tese, deveriam privilegiar recursos multimidiáticos – são o que chamamos de mapas, tabelas, gráficos ilustrados, não infográficos. É o caso da tabela abaixo (Figura 1).

[3] Ver Rinaldi (2006a).



A MÁQUINA CADA VEZ MELHOR

Os principais confrontos entre o homem e o computador

Ano	Homem	Vitórias do homem	Empates	Vitórias da máquina	Máquina
1989	Garry Kasparov	2	0	0	Deep Thought
1996	Garry Kasparov	3	2	1	Deep Blue
1997	Garry Kasparov	1	3	2	Deep Blue
2002	Vladimir Kramnik	2	4	2	Deep Fritz
2003	Garry Kasparov	1	4	1	Deep Junior
2003	Garry Kasparov	1	2	1	X3D Fritz
2005	Michael Adams	0	1	5	Hydra

Figura 1. *Veja*, ano 39, n. 48, 06 de dezembro de 2006, p.60.

Se tirarmos a imagem (Figura 2), a mudança, em termos de produção de sentidos, se dá, em essência, ao nível do *design*, sobretudo se levarmos em consideração que a tabela não está sozinha – acompanha uma matéria sobre as disputas entre o homem e o computador, a qual é ilustrada, inclusive, por foto de um jogo de xadrez. Portanto, a peça, no contexto, produz uma repetição informativa. De igual modo, os dados embora constituam uma informação importante e, até certo ponto, autônoma, são, jornalisticamente, dependentes da matéria para comporem um quadro completo de informação, para além do conteúdo numérico.

A MÁQUINA CADA VEZ MELHOR

Os principais confrontos entre o homem e o computador

Ano	Homem	Vitórias do homem	Empates	Vitórias da máquina	Máquina
1989	Garry Kasparov	2	0	0	Deep Thought
1996	Garry Kasparov	3	2	1	Deep Blue
1997	Garry Kasparov	1	3	2	Deep Blue
2002	Vladimir Kramnik	2	4	2	Deep Fritz
2003	Garry Kasparov	1	4	1	Deep Junior
2003	Garry Kasparov	1	2	1	X3D Fritz
2005	Michael Adams	0	1	5	Hydra

Figura 2. Modificado pela autora.

O mesmo acontece com alguns tipos de mapas e gráficos, como o que indicamos no exemplo e que faz um comparativo entre o valor do salário mínimo no Brasil e no mundo (Figura 3). Claro que não queremos aqui dizer que tabelas, gráficos e mapas, como os aqui apresentados, não têm importância ou não exercem função relevante nas matérias que acompanham. Apenas defendemos que eles não são infográficos, apesar de reconhecermo-los como elementos iconográficos[4], de indiscutível valor informativo.

Esta diferenciação longe está de ser algo menor, quando se fala em compreender a infografia como discurso jornalístico.

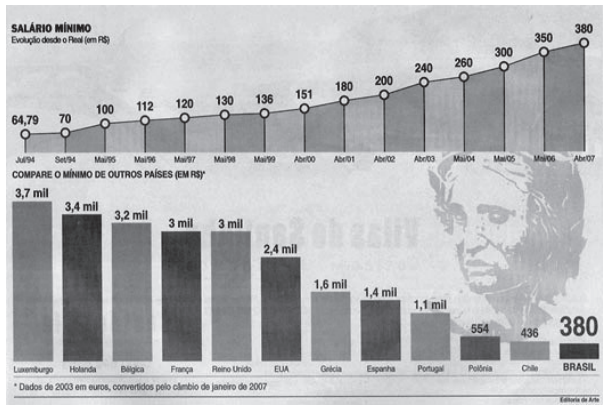


Figura 3. *Diário Catarinense*, 14 de janeiro de 2006, p. 19.

Consideramos que ela está no cerne desta discussão porque pontua a função do infográfico e, mais do que isto, a necessidade do recurso ser pensado, planejado, jornalisticamente. Por isso – e aqui concordamos com boa parte dos autores que se debruçaram sobre o tema, em especial os espanhóis – acreditamos que ele deve ser concebido a partir de uma ação conjunta de jornalistas e designers que devem focar não propriamente a *beleza* de uma página – como crêem alguns – mas a qualidade e a clareza informativa, como um todo. O recurso, quando bem empregado, pode melhorar substancialmente a narrativa jornalística e torná-la mais compreensível aos leitores, além de ser atrativo. O foco, sempre, é favorecer o leitor e a função primordial do jornalismo, enquanto forma de conhecimento[5]. Os caminhos para conseguir tal qualidade enunciativa são vários e, com base nas pesquisas de campo até aqui empreendidas, sugerimos o seguinte modelo tipológico.

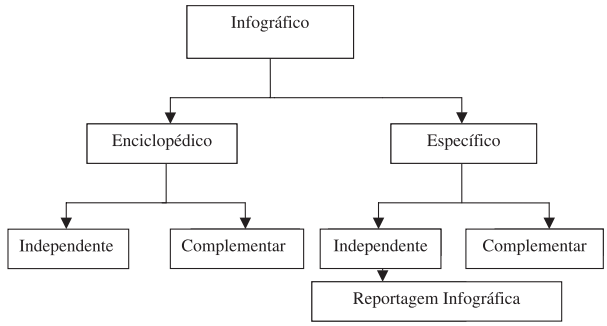


Figura 4. Modelo tipológico.

[4] Ver Peltzer (1991).
[5] Ver Genro Filho (1985).

Como se pode ver, a partir da leitura da Figura 4, primeiro dividimos os infográficos em dois grandes grupos. No campo dos **enciclopédicos** estão aqueles centrados em explicações de caráter mais universal como, por exemplo, detalhes do funcionamento do corpo humano; como se formam as nuvens; o que são bactérias; o que é ciranda financeira; o que são partidos políticos; quais são os controles e comandos da cabine de um avião, entre outros. Costumam ser, portanto, bastante generalistas. Já os **específicos**, não. Eles se atêm a aspectos mais próximos da singularidade. São bastante comuns em casos como acidentes – reproduzem o que aconteceu a partir de depoimentos; quando se pretende explicar como ocorre um procedimento cirúrgico novo; após uma eleição, quando mostram a composição das assembléias a partir de panoramas estaduais e partidários e assim sucessivamente.

Ambos os grupos estão divididos em **independente** e **complementar**. Como os próprios nomes já sugerem, o segundo diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, neste caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão do leitor, possibilitando a contextualização mais detalhada. Na maioria das vezes, os **enciclopédicos complementares**, por mais que utilizem elementos gráficos de qualidade, são muito semelhantes às figuras que podemos encontrar em livros didáticos, folhetos explicativos, cartilhas ou manuais de qualquer natureza. Conforme podemos ver no exemplo que segue (Figura 5), trata-se praticamente de uma reprodução de uma imagem já largamente conhecida que indica quais pontos dos pés equivalem a cada órgão do corpo humano. Neste caso, a reportagem de capa da revista era sobre a reflexologia e seus benefícios à saúde, daí o porquê desta infografia.

Já os **enciclopédicos independentes** se caracterizam por não acompanharem nenhuma matéria em especial e tratarem de temas amplos. Geralmente são respostas a curiosidades de leitores ou mesmo um modo diferenciado de explicar ou sistematizar informações sobre personagens da mitologia grega ou romana; sobre esportes radicais; música clássica, orquestras e instrumentos. São mais comuns em revistas e, no caso das que estudamos, aparecem, sobretudo, ocupando páginas inteiras ou até páginas duplas, como faz a *Superinteressante* em seções como "SuperPoster".

Os **específicos complementares** são aqueles que visam expor ou narrar de modo diferenciado o singular – ou aspectos singulares – do acontecimento jornalístico, complementando uma notícia ou reportagem. É indispensável à matéria, sobretudo quando é capaz de trazer esclarecimentos que se tornariam maçantes e/ou confusos se – para explicitá-los – fosse usada a narrativa jornalística convencional. Além disso, costumam ser feitos a partir de uma ação conjunta de repórteres, editores e equipe de arte, tendo em vista a especificidade das informações que encerra.

Os **específicos independentes** 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. Neste grupo enquadramos o que chamamos de reportagem infográfica. Compreendemos o termo como um tipo de narrativa na qual há um texto principal que funcionaria como a introdução de uma reportagem, seguido por infográfico ou infográficos. Neste caso, nem infográfico, nem texto podem ser pensados de forma autônoma porque um foi concebido para estar diretamente associado ao outro e fazem parte de um só conjunto discursivo que passa ao largo de uma *mera* relação de complementaridade.

Para cunhar tal termo, como já explicamos em trabalho anterior, partimos do pressuposto que a reportagem – enquanto modalidade do chamado gênero jornalístico interpretativo ou informativo, a depender do autor – pode ser definida como o texto capaz de proporcionar a contextualização em profundidade - ou seja, com maior ênfase no particular - de um acontecimento ou de aspectos específicos de um tema da atualidade – ou a ela relacionado quer por fatores históricos, políticos e/ou sociais -, oferecendo ao leitor um tipo de conhecimento mais complexo acerca daquilo que

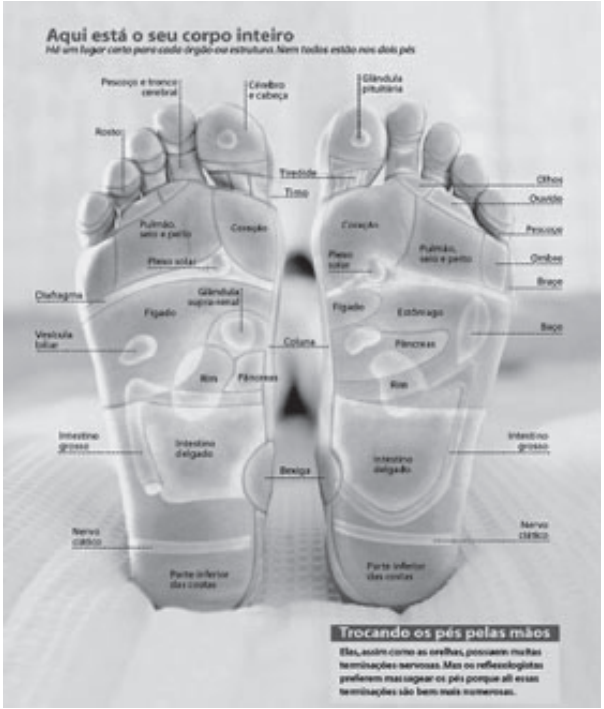


Figura 5. Revista *Saúde!*, ed. 240, setembro de 2003, p. 39.

aborda. A qualidade desta informação está diretamente relacionada à escolha das fontes, à capacidade de seleção de informações e ao tipo de narrativa adotado, uma vez que, ao contrário da notícia tradicional, a reportagem permite diferentes estruturas, a depender da opção editorial da publicação.

Por outro lado, entendemos que

> *a linguagem jornalística, especialmente quando tratamos de notícias e reportagens – se caracteriza pela utilização do discurso indireto como eixo norteador para a reconstrução dos acontecimentos agora transformados em fatos jornalísticos e a redação de cada texto em particular deve estar calcada neste propósito. Esta reconstrução deve se processar através da apreensão daquilo que é o mais característico do acontecimento, isto é, aquilo que lhe faz único,* irrepetível, *singular, portanto (Teixeira, 2005 p. 45).*

Além destes grandes grupos e sub-grupos, é importante salientar que os infográficos de qualquer uma das categorias podem ser individuais ou compostos, o que ocorre quando reúnem dois ou mais infográficos para compor um único de maior complexidade.

Por fim, compreendemos que antes mesmo dos infográficos há o que chamamos de proto-infográficos[6], ou seja, formas embrionárias da infografia que se caracterizam pela ausência – ou presença inadequada capaz de comprometer a autonomia enunciativa do infográfico - de alguns de seus elementos essenciais, como o texto de entrada, espécie de *lead* explicativo que situa o leitor, e outros textos complementares que lhe seriam fundamentais para favorecer a compreensão. Neste caso, estaríamos falando infográficos de primeira geração. Ressalte-se que em revistas como a *Ciência Hoje*, tipicamente de divulgação científica, os *proto-infográficos* são recorrentes – em dez anos, foram analisadas 100 edições, totalizando 700 infográficos. Destes, pelo menos 22,42% podem ser considerados proto-infográficos. Em 2004, esta categoria representou 11% dos infográficos analisados, em 11 edições pesquisadas[7]. Este recurso pouco aparece em dez anos de pesquisas na *Superinteressante* – exceto entre 94 e 96 - e também é pouco comum nas edições analisadas da revista *Saúde!*, conforme comprovam os gráficos a seguir:

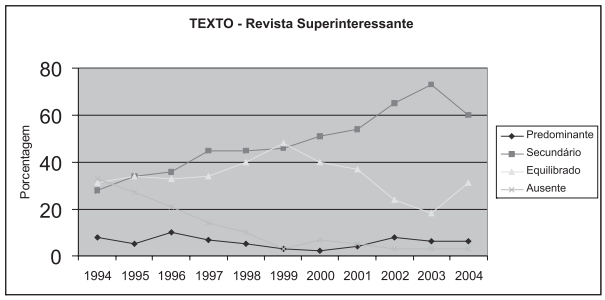


Gráfico 1. *In* Rinaldi (2006b).

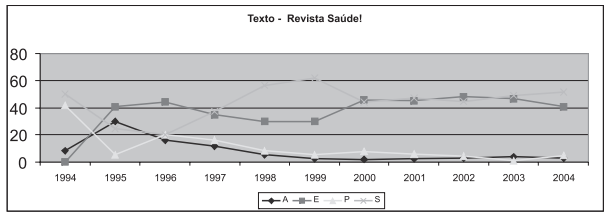


Gráfico 2. *In* Manini (2006).

Observa-se que à medida que aprimora o uso da infografia, ambas as publicações tendem a eliminar a presença dos *proto-infográficos* em suas edições. Se em 1994, a *Superinteressante* usava o texto ausente em 33% dos seus infográficos, em 2004, este índice chegou a apenas 3%. Já na revista *Saúde!*, em 1994 o texto ausente foi característico em 8,33% dos infográficos, chegou a quase 30% em 1995 e em 2004, ficou na casa dos 3 pontos percentuais, tal qual a *Superinteressante*. Os dados parecem apontar que, ao longo dos anos, há uma melhor compreensão do que seja a infografia, o que levou ao aperfeiçoamento de seu uso pelas equipes de redação. Poderíamos falar, então, em evolução de um gênero jornalístico a partir da própria popularização de seu uso. Um tema polêmico, sem dúvida.

Infográficos e gêneros jornalísticos

A classificação do jornalismo em gêneros cumpre, entre outras, uma função pedagógica de mão dupla. Primeiro, fazendo com que os jornalistas tenham modelos de referência e possam compreender melhor o próprio trabalho que fazem,

[6] Termo cunhado durante as reuniões do NUPEJOC, a partir das reflexões provocadas pelo binômio leitura-pesquisa de campo.
[7] Ver Santaella (2006).

aperfeiçoando-o; depois, fornecendo um esquema mínimo para o leitor que, até pelo hábito de leitura, consegue reconhecer formas diferentes de produção jornalística e seu significado enquanto resultado de uma complexa relação forma-conteúdo (Parrat, 2001; Albertos, 2001; Gomis, 1989). Aliás, esta é uma característica dos gêneros, como explica Todorov (1980, p. 49), ao se referir aos gêneros literários:

> *É porque os gêneros existem como instituição, que funcionam como "horizontes de expectativa" para os leitores, como "modelos de escritura" para os autores. Estão aí, com efeito, as duas vertentes da existência histórica dos gêneros (ou, se preferirmos, do discurso metadiscursivo que toma os gêneros como objeto). Por um lado, os autores escrevem em função do (o que não quer dizer: de acordo com o) sistema genérico existente, aquilo que podem testemunhar no texto e fora dele, ou, até mesmo, de certo forma, entre os dois: na capa do livro; esse testemunho não é evidentemente o único meio de provar a existência dos modelos de escritura. Por outro lado, os leitores lêem em função do sistema genérico que conhecem pela crítica, pela escola, pelo sistema de difusão do livro ou simplesmente por ouvir dizer; no entanto, não é necessário que sejam conscientes desse sistema.*

Com função tão bem definida, os gêneros jornalísticos foram e são estudados por muitos pesquisadores. A classificação mais disseminada academicamente divide as modalidades jornalísticas em três gêneros, a saber: informativo, interpretativo e opinativo. Como subgêneros, notícias, reportagens, editoriais, crônicas, charges, entre outros. Esta classificação – que podemos chamar de clássica – tem sido sucessivamente questionada por muitos autores – alguns por a julgarem inadequada outros por tomá-las como incompletas. Como explica Parrat (2001), "la polémica no radica en cuestionar la existência de los gêneros periodísticos en si ya que, de hecho, la generalidad de los críticos ni los niegan ni les restan importância".

Partindo do pressuposto que "o jornalismo é um método de interpretação da realidade social"[8] (Gomis, 1989, p. 51), até por compreender que "converter um fato em notícia é, basicamente, uma operação lingüística", Lorenzo Gomis defende que há dois gêneros jornalísticos – o informativo e o opinativo (de comentário). Longe de tomá-los como uma formalidade, o autor defende que os gêneros facilitam o trabalho em comum [nas redações], a tarefa do jornalista e a posterior compreensão, pelo público, daquilo que foi publicado.

> *os gêneros representam a sedimentação da experiência do trabalho coletivo em diversos meios de informação, o domínio técnico que distingue o jornalista daqueles que não o são, a possibilidade de fazer chegar ao receptor, com relativa rapidez e segurança, a mensagem da maneira mais adequada (Gomis, 1989, p. 99).*

Assim, cada gênero cumpre diferentes funções para atender às diferentes necessidades sociais de informação, satisfazendo-as, ainda que relativamente. Notícias, reportagens e entrevistas (que pertencem ao gênero informativo) cumprem a tarefa de fazer com que o público conheça com clareza, exatidão e agilidade os fatos que lhe interessam e que têm alguma importância social. Já os opinativos (comentários) – críticas, cartas, artigos, colunas, editoriais, charges e caricaturas – "se situam a uma certa distância dos fatos e esboça uma reação a eles, uma resposta que pode pretender-se uma forma de ação ou apenas um julgamento" (Gomis, 1989, p. 107).

Ainda que não concordemos com todos os argumentos de Gomis[9], em especial no que tange ao gênero opinativo, a divisão por ele proposta parece-nos bastante funcional. Entre os seus méritos está o de permitir que diferentes e inovadoras modalidades discursivas do jornalismo possam ser contempladas, sem a necessidade de novas classificações. É o caso, como defendemos, das infografias.

Parrat (2001), no entanto, usa-as como exemplo para mostrar que:

> *la mezcla entre palabra escrita e imagen les confiere características especiales que hacen difícil encuadrarla en el esquema tradicional de los gêneros periodísticos. Además, pueden contener características de vários gêneros, desarrollarse em uno de ellos o completar a otros elementos que si puede estar encuadrados dentro de la clásica descripción de los gêneros y, como afirma el periodista Mario Tascón, hay infográficos que son informaciones antológicas y outros que son grandes reportajes. Muchas infografias son espléndidos análisis.*

[8] Todos os trechos citados do referido livro, escrito originalmente em catalão, foram traduzidos pela autora.
[9] Ver Teixeira (2003; 1998).

Ao contrário da autora, defendemos que o infográfico – quando jornalístico – pode enquadrar-se perfeitamente enquanto gênero informativo, pelo menos no sentido defendido por Gomis. Por isso, discordamos também de Hidalgo (2002) que classifica os infográficos como uma modalidade do que ele chama de gênero jornalístico complementar. O autor assim classifica todos aqueles *textos* (ou modalidades) que dependem de uma informação principal para serem plenamente compreendidos. Hidalgo explica que:

> *el periodismo visual ha buscado nuevos formatos para acercar la prensa al lector y hacerla más atractiva. Para ello ha tenido que recurrir al troceamiento de los textos y de esta manera ofrecerlos al lector em unidades distintas y autônomas aunque dependientes desde um punto de vista temático (2002, p.46).*

Seguindo tal linha de raciocínio e com base em uma rica revisão bibliográfica, Hidalgo defende que como representação, inclusive, do que chama de jornalismo visual, "la infografía es un género periodístico autónomo, pero sobre todo es un género periodístico complementario, porque salvo en raras ocasiones siempre lo encontramos acompañando a outro texto informativo" (Hidalgo, 2002, p. 189-190).

Esta autonomia do infográfico, no entanto, é o quê, para nós, garante-lhe o seu lugar como gênero informativo. É claro que esta compreensão não se aplica aos infográficos que chamamos de enciclopédicos, uma vez que estes, sim, cumprem um papel de complementaridade e, como defendemos, sequer podem ser classificados como jornalísticos, embora cumpram uma função importante dentro do discurso jornalístico que acompanha. Mas não é rara a situação na imprensa na qual não é possível definir com clareza se é o infográfico que complementa a noticia ou se é o contrário, devido ao grau de detalhamento e de apuração jornalística que certas infografias encerram. Isto sem falar dos infográficos multimídia usados pelo jornalismo digital que muitas vezes são não só totalmente autônomos como independentes de qualquer matéria.

A autonomia, portanto, 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, mas raramente como espaço de informação dispensável ou acessória, como a expressão gênero complementar pode, superficialmente, sugerir. Trata-se de uma forma narrativa que possui características próprias e cumpre função jornalística semelhante a de uma notícia ou reportagem, por exemplo, a depender de sua complexidade. Poderíamos questionar se os profissionais e veículos jornalísticos já os vêem desta forma e aí, certamente, nos depararemos com algumas questões importantes, mas negar-lhe este estatuto não nos parece adequado teoricamente.

Em resumo, se o gênero informativo tem como função proporcionar ao público o conhecimento, com clareza, exatidão e agilidade, de fatos sociais, como defende Gomis, então não há porque agrupar os infográficos em outra modalidade. Observe-se que dentro desta classificação genérica, podem ser abrigadas as mais variadas formas de manifestação jornalística, desde a nota à reportagem, estruturas que são muito diferentes entre si, mas que cumprem uma mesma função e devem seguir pressupostos semelhantes para atingir a clareza, a precisão e a agilidade sugeridas pelo estudioso catalão. No caso da infografia, não há como negar que ela agrega um elemento totalmente novo que é a imagem, mas este elemento não é suficiente para fazê-la configurar em um novo gênero, pois suas funções são exatamente iguais ao do chamado gênero informativo.

Neste sentido, vale à pena retomar Todorov (1980). Ao responder à pergunta, de onde vêm os gêneros, ele é enfático: "Um novo gênero é sempre a transformação de um ou de vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação" (1980, p. 46). Talvez estejamos caminhando para esta transformação do gênero informativo e ao adotar as chamadas reportagens infográficas revistas como a *Superinteressante* parecem apontar para esta possibilidade. Enquanto isto não acontece, no entanto, parece-nos mais adequado tomar a infografia como uma modalidade discursiva de um gênero já estabelecido no jornalismo, o que pode fazer com que possamos compreendê-la melhor e, sobretudo, tornar o seu conhecimento algo tão obrigatório à formação de um jornalista como já o são a notícia, a nota, a reportagem.

Conclusão

No estudo que estamos realizando no âmbito do NUPEJOC, uma das conclusões que mais nos chamaram a atenção foi o fato da opção pelo uso sistemático da infografia nas publicações analisadas estar muito mais ligado a uma decisão de caráter pessoal do editor ou do diretor de redação do que, propriamente, a uma compreensão mais ampla do que esta decisão significa.

Acreditamos que isto não se dá por um acaso. Neste trabalho procuramos mostrar como o infográfico ainda é uma modalidade jornalística pouco estudada – sobretudo no Brasil – e como isto se reflete em uma ausência de preocupação de caráter teórico que seja capaz de orientar o seu uso e elucidar a sua complexidade e importância, sobretudo enquanto discurso jornalístico.

Deste modo, propomos uma tipologia para os infográficos, capaz de estabelecer uma nítida diferenciação entre aqueles de natureza jornalística e os mais genéricos, de uso disseminado em outros campos e ramos do conhecimento. Com isto, não queremos dizer que um tipo ou outro seja mais ou menos importante em uma publicação, mas apontar para a necessidade de se compreender o trabalho jornalístico de forma profunda na produção da infografia o que tende a favorecer a qualidade da informação que é disponibilizada ao público e, conseqüentemente, o tipo de conhecimento que se gera.

Defendemos que é preciso entender o infográfico enquanto gênero jornalístico porque apenas deste modo seremos capazes de promover discussões ainda mais aprofundadas como, por exemplo, a obrigatoriedade de seu ensino nos cursos de graduação em jornalismo. Se ainda é comum que a decisão de usar ou não a infografia esteja vinculada a critérios pessoais e bastante empíricos, é preciso contribuir para que a política editorial, nestes casos, atenda a interesses nitidamente relacionados ao tipo de produto e ao tipo de informação que se pretende oferecer ao leitor, considerando-se critérios profissionais, amplamente embasados em uma compreensão da complexidade desta modalidade e em como e por quê ela pode contribuir para cristalizar um determinado conhecimento de natureza jornalística, favorecendo o público, em última instância. Mas esta exigência só será possível quando, desde e, sobretudo, na Academia, o infográfico possa ser considerado mais do que uma ilustração de luxo ou um recurso acessório interessante por ser capaz de garantir prêmios internacionais.

Referências

ALBERTOS, M. 2001. *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid, Paraninfo, 594 p.

DE PABLOS, J. M. 1999. *Infoperiodismo – el periodista como creador de la infografía*. Madrid, Sínteses, 238 p.

DIÁRIO CATARINENSE. 2006. Florianópolis, 14 jan., p. 19.

GENRO FILHO, A. 1987. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre, Tchê!, 232 p.

GOMIS, L. 1989. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 156 p.

HERNANDO, M.C. 1997. *Manual de Periodismo Científico*. Barcelona, Bosch, 216 p.

HIDALGO, A. L. 2002. *Géneros periodísticos complementários*. Sevilha, Comunicación Social Ediciones y Publicaiones, 270 p.

MANINI, E. 2006. *O uso da infografia na Revista Saúde*. Florianópolis, SC. Relatório de Pesquisa. Universidade Federal de Santa Catarina, 20 p.

PARRAT, S. 2001. El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación. *Revista Zer* (11). Acessado em: 25/10/2006, disponível em: http://www.ehu.es/zer/.

PELTZER, G. 1991. *Jornalismo Iconográfico*. Lisboa, Planeta, 217 p.

REVISTA SAÚDE!. 2003. Ed. 240, p. 39.

RINALDI, M. 2006a. Um laboratório para a infografia – entrevista com Eugênio Bucci. *Pauta Geral,* **1**(8):11-16.

RINALDI, M. 2006b. *O uso da infografia na Revista Superinteressante*. Florianópolis, SC. Relatório de Pesquisa. Universidade Federal de Santa Catarina, 25 p.

SANTAELLA, T. 2006. *O uso da infografia na revista Ciência Hoje*. Florianópolis, SC. Relatório de Pesquisa. Universidade Federal de Santa Catarina, 15 p.

SOUZA, J.P. 2005. *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis, Letras Contemporâneas, 407 p.

TEIXEIRA, T. 2005. Crítica ao elogio do senso comum – Ensaio sobre a linguagem e a redação jornalísticas. *Pauta Geral*, **1**(7):21-51.

TEIXEIRA, T. 2003. *A ironia do efêmero – análise das crônicas políticas de Carlos Heitor Cony, Machado de Assis e Luiz Fernando Veríssimo*. Salvador, BA. Tese de Doutorado em Comunicação. Universidade Federal da Bahia, 250 p.

TEIXEIRA, T. 1998. *O bom-humor da imprensa – análise das charges contemporâneas*. Salvador, BA. Dissertação de mestrado em Comunicação. Universidade Federal da Bahia, 170 p.

TODOROV, T. 1980. *Os gêneros do discurso*. São Paulo, Martins Fontes, 306 p.

VALERO SANCHO, J.L. 2001. *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. València, Universitat de València; Castello de Olana, Publicacions de La Universitat Jaume I, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei Publicacions, 240 p.

VEJA. 2006. **39**(48), 06 dez., p. 60.

YIN, R.K. 2005. *Estudo de caso – planejamento e métodos*. Porto Alegre, Bookman, 212 p.

Referências complementares

ERREA, J. 2004. El futuro de la infografia después de la guerra. *Revista Update.* Acessado em: 15/05/2005, disponível em: http://www.snd-e.org/revista/infografia.html.

GOMIS, L. 1991. *Teoria del periodismo – como se forma el presente*. Barcelona, Paidós, 212 p.

MORAES, A. 1998. *Infografia – o design da notícia*. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Design). Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro, 173 p.

STOVALL, J.G. 1997. *Infographics: a journalist's guide*. Massachusetts, Allyn and Bacon, 176 p.

TEIXEIRA, T. 2006. O uso do Infográfico na Revista Superinteressante – um breve panorama. *In*: MORAIS, C. (org), *Jornalismo Científico e Educação para a Ciência*. Taubaté, Cabral, p. 165-180.

Submetido em: 27/05/2007
Aceito em: 19/08/2007