

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Kérley Winqes

INFOGRAFIA: DESCOBRINDO EMOÇÕES

Passo Fundo

2013

Kérley Winques

INFOGRAFIA: DESCOBRINDO EMOÇÕES

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da prof^a. Ms. Maria Goretti Baptista Betencourt e Co-orientação da prof^a. Dra. Bibiana de Paula Friderichs.

Passo Fundo

2013

AGRADECIMENTOS

Aos professores que ao longo da faculdade de alguma forma colaboraram para minha formação.

Às minhas professoras orientadoras Maria Goretti Baptista Betencourt e Bibiana de Paula Friderichs, que, unindo seus conhecimentos, me ajudaram na construção deste trabalho.

À Cleci e ao Gilmar, pela educação, apoio e amor.

À Nadine, pelo apoio nos momentos em que precisei, ao Pablo, pelo companheirismo e incentivo e à Suzana, por toda ajuda prestada.

Por fim, a Deus, que em todos os momentos esteve presente.

Muito obrigada!

“A infografia não descreve. Ela mostra!”
Luiz Iria

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem por objetivo compreender de que forma a emoção se revela no discurso midiático por meio dos infográficos do massacre no Realengo disponibilizados na internet. Tal investigação constitui-se de duas etapas: 1) uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia e emoção, bem como acerca da cibercultura, sua linguagem e características; e ainda o webjornalismo e a infografia; 2) a apreciação de infográficos multimídia sobre o massacre disponibilizados na internet, a partir da retirada e comparação das chaves de leitura encontradas nos capítulos iniciais deste trabalho. Os infográficos escolhidos para essa análise fazem parte de sites de notícias brasileiras, quais sejam o *GI*, *O Globo* e o *Terra*. A análise permite a observação de que os infográficos do massacre no Realengo selecionados para esta pesquisa possuem emoção e sensacionalismo na sua construção e linguagem, uma vez que usam de apelos sedutores para interagir com e prender o leitor.

Palavras-chave: 1. Mídia; 2. Emoção; 3. Cibercultura; 4. Infográfico; 5. Jornalismo.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Imagem adaptada retirada do artigo de João Canavilhas: <i>Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada</i> | 30 |
| Figura 2: Primeiro infográfico publicado no <i>The Times</i> , em 1806, sobre o assassinato de Isaac Blight. | 32 |
| Figura 3: Infográfico publicado no <i>Estadão</i> no início do século XX..... | 32 |
| Figura 4: Infografia impressa da Guerra do Golfo publicada na Folha de São Paulo, em 23 de janeiro de 1991. | 34 |
| Figura 5: Vídeo multimídia infográfico do massacre no Realengo do site G1 | 42 |
| Figura 6: Infográfico estático e interativo do Massacre no Realengo do site <i>O Globo</i> | 47 |
| Figura 7: Imagem de capa do infográfico d' <i>O Globo</i> | 51 |
| Figura 8: Infográfico estático e interativo site <i>Terra</i> | 53 |
| Figura 9: Comentários dos leitores – Infográfico site do <i>Terra</i> | 56 |
| Figura 10: Mãe chora em vídeo – Infográfico site do <i>Terra</i> | 59 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO | 7 |
| 1 CORAÇÕES EXPOSTOS: A EMOÇÃO NA MÍDIA..... | 9 |
| 1.1 Tristezas, alegrias, lágrimas e sorrisos..... | 11 |
| 1.2 Vamos sensacionalizar? | 13 |
| 2 CIBERINTERATIVIDADE | 18 |
| 2.1 Ciber mundo..... | 18 |
| 2.2 Aqui, ali e acolá, tudo é interativo | 24 |
| 3 WEBJORNALISMO: TERRENO FÉRTIL PARA A INFOGRAFIA | 27 |
| 3.1 Informação on-line..... | 27 |
| 3.2 Infografando | 30 |
| 3.2.1 História da infografia | 31 |
| 3.2.2 Falando de infográficos..... | 34 |
| 4 DESCOBRINDO EMOÇÕES NA INFOGRAFIA..... | 40 |
| 4.1 Metodologia | 40 |
| 4.2 O massacre de Realengo | 40 |
| 4.3 Análise | 41 |
| 4.3.1 Infográfico do site <i>GI</i> | 41 |
| 4.3.2 Infográfico de <i>O Globo</i> | 47 |
| 4.3.3 Infográfico do site Terra..... | 52 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 61 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 64 |

INTRODUÇÃO

A arte de se comunicar por intermédio de imagens não é recente, os antigos homens das cavernas já faziam isso. Com o surgimento da infografia, a imagem se une ao texto para passar a informação. As primeiras demonstrações dessa união teriam surgido no século XVI, com Leonardo Da Vinci, que, com habilidade, desenvolveu diversos diagramas e manuscritos. A exemplo de outros elementos construídos ou criados pelo homem, a infografia também evoluiu. Com a chegada das guerras, as infografias passaram a ser mais complexas, pois retratavam mapas, rotas e até dados estatísticos. Seguindo com a evolução, surgem os computadores e a internet, e é em 1991 que a infografia ganha seu espaço e passa a ser usada frequentemente em jornais impressos. Depois de tantos anos de evolução, a infografia ganhou seu espaço na internet e hoje as informações jornalísticas usam dessa narrativa para complementar reportagens e muitas vezes os fatos são explicados tão somente pelo uso de infográficos.

Este trabalho de conclusão fará uma análise de três infográficos que informam sobre o massacre ocorrido no bairro de Realengo no Rio de Janeiro em 2011. Estes foram disponibilizados na internet, em sites de notícias brasileiras, quais sejam: *GI*, *O Globo* e o *Terra*. Esta pesquisa busca compreender de que forma a emoção se revela no discurso midiático por meio desses três infográficos sobre o Massacre. A análise será baseada na retirada das chaves de leituras dos capítulos iniciais deste trabalho. A apreciação buscará concluir se os infográficos jornalísticos desses três sites possuem apelos de sedução do leitor e adotam uma abordagem sensacionalista na sua composição. Serão analisados estrutura, imagens, textos, áudio e vídeo, elementos que servirão de base para a informação da existência de apelos sedutores e de sensacionalismo.

A intenção desta pesquisa surge a partir da observação de que, cada vez mais, infográficos são usados para complementar notícias, ou, de forma independente, para informar um fato jornalístico. Além disso, há que se destacar que a emoção e o sensacionalismo já foram estudados no impresso, na televisão, no rádio, na fotografia e nas revistas, no entanto, ainda não se encontrou pesquisa científica que fale sobre essa relação com a infografia. Cabe, aqui, destacar, também, que o material para referência bibliográfica a respeito do objeto de estudo foi bem escasso, já que não há muitos pesquisadores brasileiros nessa área.

Este trabalho está organizado em quatro capítulos. No primeiro, encontra-se uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia, emoção e sensacionalismo. A mídia hoje vive em um novo cenário, a internet chega para passar a informação em tempo real, o imediatismo toma conta das notícias. Nesse contexto, muitas estratégias são usadas para evidenciar a informação, sendo o sensacional e a emoção partes fundamentais desse processo.

No segundo capítulo, a revisão está relacionada a cibercultura, sua linguagem e características, onde são abordadas principalmente as “leis da cibercultura”, que oferecem um entendimento sobre este ciber mundo e sua ligação com a informação e a internet. Além disso, como ponto principal, volta-se especial olhar sobre os “princípios do hipertexto”, nos quais Lévy aborda seis significações diferentes para essa rede hipertextual; bem como sobre a interatividade, que possibilita ao homem relacionar-se com o conteúdo criado na web, podendo criar, escolher, opinar, compartilhar e optar por qual caminho de leitura seguir a partir da informação disponibilizada.

O terceiro capítulo contempla uma reflexão sobre o webjornalismo e a pirâmide deitada, formato potencialmente presente na produção infográfica. O jornalismo hoje vive em uma época de convergência. A internet possibilita uma heterogeneidade nos conteúdos e o jornalismo se adapta a essa rede, construindo uma nova estrutura para a notícia, que é a infografia. Apesar de um modelo não tão recente que já foi adotado pelo jornal impresso, o infográfico surge na internet de forma interativa e dinâmica.

No último capítulo, é desenvolvida a análise que se utiliza das chaves de leituras encontradas nos três capítulos desta pesquisa, quais sejam: a) leis da cibercultura segundo Lemos; b) princípios do hipertexto, segundo Lévy; c) tipos de infográficos, baseando-se principalmente nas colocações de Teixeira; d) Visualidade e utilidade, segundo Teixeira e Figueiredo; e) interatividade, conforme Primo; e f) pirâmide deitada, citada por Canavilhas. Ainda como chaves de leitura, tem-se: g) apelos sedutores da narrativa; h) marcas da emoção e sensacionalismo. E em seguida da análise encontram-se as referências bibliográficas da pesquisa.

1 CORAÇÕES EXPOSTOS: A EMOÇÃO NA MÍDIA

A contemporaneidade é composta por uma sociedade informatizada e globalizada, onde o capitalismo estabeleceu-se como modelo econômico predominante. Sua manutenção é um dos elementos chaves para compreender porque as pessoas ansiosamente desejam adquirir novidades tecnológicas de informação. Conforme afirma Sodré (2006, p. 29), “é o que se explicita na realidade do mercado: o sujeito é sempre individual e só existe socialmente enquanto tem algo para comprar ou vender, ou pelo menos assim pense”. Nesse sentido, tais tecnologias emergem para suprir essas demandas, uma vez que, por meio delas, podem-se encontrar notícias¹ e informações em tempo real, na mesma medida em que permitem a sensação constante de conexão, tanto com o mundo, de modo geral, quanto com o outro.

Televisão, rádio, jornal, revista e internet. Meios ou plataformas de comunicação que compõem a mídia e que possibilitam à sociedade manter-se informada sobre o que acontece ao seu redor, onde tudo é instantâneo e está em movimento. Segundo Castells, vive-se hoje a era da informação, onde as tecnologias constituem uma nova estrutura social em rede:

A era da informação é nossa era. É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com interdependência global desta atividade (CASTELLS, 2006. p. 225).

Aliás, hoje, muito mais do que no passado, os equipamentos digitais estão em poder das pessoas para o consumo e a difusão rápida de conteúdos. Assim, “uma fórmula já antiga, como o noticiário jornalístico, torna-se estratégica nos termos globalistas do mercado financeiro: um pequeno boato pode repercutir como terremoto em regiões do planeta fisicamente distantes” (SODRÉ, 2006, p. 19). Entretanto, para Augé, tal fenômeno também caracteriza uma ressignificação da percepção e consciência que se tem do tempo, seja passado ou presente: “o excesso de informação nos dá a sensação de que a História se acelera” (2006, p. 104).

Sob essa perspectiva, talvez seja o celular o recurso que desempenha um importante papel, pois é uma plataforma multimídia, em que o usuário ganha mobilidade e tem em suas mãos inúmeros recursos a serem acessados:

¹ Segundo Juarez Bahia, "a notícia, como a boa informação jornalística, deve reunir interesse, importância, novidade e veracidade."

A convergência materializa-se na terceira geração de telefonia móvel, que permite a um celular conecta-se à Internet; ser utilizado como câmera e filmadora digital, MP3 e rádio FM; disponibilizar correios eletrônicos, mensagens, noticiários, horóscopo, jogos eletrônicos, mapas e filmes, além de capturar e enviar mensagens. Note a espiral reprodutiva. De um lado, é necessário fabricar conteúdos para estes canais, cada um deles com políticas de atração de usuários e verbas publicitárias. De outro, o *design* sofisticado e a magia de aparelhos miniaturizados, e repletos de recursos multimídia incentivando a cobiça do modelo que faz o comprador “estar à frente de seu tempo” (MORAES, 2006. p. 35)

A internet, juntamente com o celular, trouxe uma nova perspectiva da realidade, as fronteiras foram diluídas permitindo ao homem explorar novas formas de interação. Para Augé, o resultado disso é a sensação de que o planeta se encolhe. “Estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz” (2006, p. 105) e essa propagação faz com que os continentes, os países, interajam uns com os outros, e permite às pessoas conhecerem diferentes culturas. Segundo Kellner, “Hoje, em todo o planeta, mesmo nos países em desenvolvimento, vivemos em uma sociedade de infoentretenimento cada vez mais expansiva, uma economia interligada em rede e uma nova tecnocultura da Internet.” (2006, p. 144).

Não é só Kellner que fala dessa nova tecnocultura, Moraes também leciona sobre essa comunicação da qual o homem está participando, apontando dois passos:

Parte apreciável das mudanças na forma contemporânea de viver vincula-se à primazia da comunicação na ambiência tecnocultural. Primeiro, pela capacidade de redes infoeletrônicas, satélites e fibras ópticas de interligar povos, países, culturas e economias, procurando unificá-los em torno de sínteses de uma hipotética vontade geral. Segundo, porque as relações sociais e os processos de produção simbólica estão cada vez mais midiaticizados – isto é, sob a égide de mediações e interações baseadas em dispositivos teleinformacionais. Os quadros de referências envolvem-se com a moral prescritiva da mídia, quase sempre afinada com a ordem do consumo e a estetização espetacularizada da realidade (2006, p. 11).

Essa tecnocultura só é possível porque a internet é um meio livre. Não é preciso ser jornalista para produzir conteúdo. Pessoas comuns também participam dessa criação, na rua ou em um bar, produzem os seus conteúdos, que são lançados diretamente na rede. Essa liberdade permite “descentralizar os meios de comunicação de massa” (CASTELLS, 2006, p. 227), num processo onde não existem expectadores ou ouvintes, mas interlocutores, usuários.

A liberdade de produção de conteúdos na internet faz dela uma plataforma exuberante e radicalmente presente no cotidiano das pessoas, compondo um cenário que permite

compreender, empiricamente, porque, num ambiente livre assim, os espetáculos podem surgir em muitos sítios com o objetivo de comprometer seus usuários. Kellner (2006) lembra que sob a influência da cultura multimídia os apelos sedutores do discurso midiático fascinam os habitantes da sociedade de consumo e os envolvem nas semióticas do mundo do entretenimento. Para o autor, a mídia não só contribui para a construção de novos gostos e comportamentos, como também acaba substituindo entidades importantes na revisão e manutenção de determinados valores:

A cultura midiática é tão presente na sociedade que consegue substituir, através de suas imagens, veiculações, celebridades e aspectos, as entidades como a família, a escola e a Igreja. A mídia passa, portanto, a exercer as funções de “árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento. (KELLNER, 2006, p. 27).

Nessas semióticas, várias formas narrativas são usadas para alcançar as pessoas: vídeos, música, fotos e, mais recentemente, os infográficos, todos acompanhados de um velho mecanismo linguageiro, qual seja, o sensacionalismo. A linguagem dessa marca do jornalismo, segundo Angrimani, “não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade. É uma linguagem que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto” (1995, p. 16).

1.1 Tristezas, alegrias, lágrimas e sorrisos

A emoção é necessária, assim como a razão, e essa emoção é um elemento que permanece presente no jornalismo midiático. Sob essa perspectiva, Maturana destaca que “o peculiar do humano não está na manipulação, mas na linguagem e no seu entrelaçamento com o emocional [...]. O humano se constitui no entrelaçamento do emocional com o racional” (1998, p. 18).

A emoção nos chega através das percepções dos órgãos humanos, olhos, ouvidos e boca. São esses órgãos que encaminham tudo para o cérebro, é através dele que recebemos as reações, que pode resultar em uma emoção agradável ou não. Através disso, o homem constrói os sentimentos de prazer, de ódio, de raiva ou outro qualquer. O jornalismo usa desse conhecimento, das formas que levam a essa construção, para chamar atenção de seu público. Sodré fala da emoção e do espaço de realização humano:

Da mídia para o público não parte apenas influência normativa, mas principalmente emocional e sensorial, como o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade de gosto, na realidade o gosto “médio”, estatisticamente determinado. Estimula-se, assim, uma extroversão sistemática, na forma de um emocionalismo desabrido, cuja influência sensorial – relacionamento das tecnologias comunicacionais com o aparelho perceptivo dos indivíduos – conforma o sentido de nossa presença no território que habitamos, no nosso espaço humano de realizações (2006, p. 23).

O homem gosta de viver ou de ver intensidades e os produtores midiáticos, sabendo dessa “fraqueza”, usam da emoção para fomentar esse sentimento de intensidade nas pessoas. Dênis Moraes registra que:

A partir de uma retórica que demonstra sutil sensibilidade para lidar com símbolos abrangentes, a mídia extravasa emoções que suscitam identificações sociais e psíquicas. Regula-se a relação entre desejo, necessidade e satisfação, removendo-se aquilo que retarde o ímpeto de consumir ou proteja a extinção dos impulsos. No culto ao fugaz, queremos convencer-nos de que o que perdemos em durabilidade ganhamos em intensidade (2006, p. 36).

Essa comunicação que usa da emoção faz com que as pessoas interajam umas com as outras, pois buscam a opinião do próximo para respaldar sua própria posição ou confrontá-la. Segundo Baptista (1999), é esse diálogo, ampliado pelas novas tecnologias, que mobiliza o homem, pois é preciso um sentimento visceral para nos colocá-lo em movimento.

Hoje as pessoas interagem com mais facilidade, tudo está ao alcance de um clique, afirma Baptista (1999). Essa sensação de poder, de ter acesso a tudo e em tempo real, deixa as pessoas encantadas, ela pode conhecer o mundo, e tudo está ali, na tela. Mas, as pessoas também podem ficar confusas com tanta informação disponível, eis que, muitas vezes, sobre o mesmo conteúdo, são disponibilizadas várias versões. “Nos nossos dias há um certo encantamento e, ao mesmo tempo, estonteamento diante do enorme potencial da trama de mídias, potencial de interligação simultânea e múltipla, contatos imediatos com o mundo todo” (BAPTISTA, 1999. p. 148).

Porém, esse crescimento das novas tecnologias juntamente com a emoção propõe uma transformação nas formas de sociabilidade, intensificando a comunicação e isolando os sujeitos ao mesmo tempo.

A relação com os meios de comunicação pode gerar uma forma de passividade, na medida em que expõe cotidianamente os indivíduos ao espetáculo de uma atualidade efêmera; uma forma de solidão, na medida em que os convida à navegação solitária e na qual toda telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo e o cara a cara; enfim, uma forma de ilusão, na medida em que deixa a critério de cada um a elaboração do ponto de vista, opiniões em geral bastante induzidas, mas percebidas como pessoais (AUGÉ, 2006, p. 106).

Esse “afastamento” das pessoas, regido pelas novas tecnologias, também é citado por Bauman, em seu livro *Amor Líquido*:

[...] em vez de relatar suas experiências e expectativas utilizando termos como “relacionar-se” e “relacionamentos”, as pessoas falem cada vez mais (auxiliadas e conduzidas pelos doutos especialistas) em conexão, ou “conectar-se” e “ser conectado”. Em vez de parceiros preferem falar em “redes” (2004, p. 12).

O relacionamento parece, então, ter se tornando algo do passado. Na *modernidade líquida* ou *sobremodernidade*, as pessoas passam a se adaptar ao que o mundo está lhe proporcionando. Com isso, os relacionamentos, que são ligados à emoção, também acabam se adaptando as novas tecnologias.

1.2 Vamos sensacionalizar?

O sensacionalismo não é um fenômeno novo. É, talvez, a mais antiga ferramenta para aumentar as vendas de produtos de comunicação. O livro *Espreme que sai sangue* (ANGRIMANI, 1995) revela que o primeiro jornal dos Estados Unidos, "Ocorrências Públicas" (PublickOccurrences), foi também o primeiro jornal sensacionalista dos americanos. Editado em 1690, por Benjamin Harris, um gráfico inglês que vendia poções milagrosas, trazia "cascatas" e era racista, chamava os índios de "selvagens miseráveis".

Já na Europa, entre 1560 e 1631, aparecem os primeiros jornais franceses. Eram o "NouvellesOrdinaires" e "Gazette de France". Esses veículos impressos eram muito parecidos com os jornais sensacionalistas da atualidade. Antes do surgimento desses primeiros jornais, quando ocorriam acontecimentos que chamavam a atenção e mexiam com a imaginação do público francês, eram transformadas em publicações, chamadas "occasionnels", brochuras com seis a 16 páginas, que traziam uma ilustração junto ao título.

Esses relatos ocasionais vão continuar existindo até o século XIX, quando se transformam em publicações muito populares, chamadas de "canards". *Canard* é uma palavra francesa que significa "pato" e também "conto absurdo". Os *canards* possuíam apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto. Segundo Angrimani, “os ‘canards’ mais procurados, eram os que relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados em pedaços, queimados, enterrados” (SEGUIN apud ANGRIMANI, 1995, p. 19).

Presente nos “Canards” e ainda hoje nos jornais, a melhor âncora para o jornal sensacionalista é o *fait divers*, que vai utilizá-lo como seu principal nutriente. Expressão francesa, *Fait divers* significa a notícia especial que vai provocar empatia no leitor. “Fait divers é uma rubrica sob a qual os jornais publicam com ilustrações as notícias de gêneros diversos que ocorrem no mundo” (ANGRIMANI, 1995. p. 25). O sensacionalismo é usado nos *fait divers* justamente para chamar a atenção do leitor na manchete anunciada.

Depois desse breve histórico de sensacionalismo nos EUA e na França, pertinente destacar que hoje o sensacionalismo jornalístico está infiltrado em quase todos os discursos midiáticos. Trata-se de notícia em cuja divulgação é utilizada uma linguagem apelativa, ou seja, mais baseada na emoção do que na razão, trazendo sentimentos primários à tona, simplificando polêmicas em vez de fornecer elementos que permitam pensar e formar opinião. Nesse contexto, não interessa só aquilo que o veículo diz, mas também o modo como se diz. É claro que a mídia deve ser investigativa, denunciante de injustiças. Esse é seu principal papel na sociedade, mas precisa ser exercido com responsabilidade.

Poderia ser dito que sensacionalismo é basicamente uma forma diferente de passar uma informação; uma opção; uma estratégia dos meios de comunicação. Mesmo um telejornal (ou radiojornal) não-sensacionalistas pode ter alguns momentos de sua produção momentos sensacionalistas (ANGRIMANI, 1995. p. 16).

Corroborando com Angrimani, Amaral afirma que o sensacionalismo está ligado ao exagero, à intensificação e à valorização da emoção, mas também à exploração do extraordinário e à valorização de conteúdos descontextualizados. Para o autor, há, nesse tipo de discurso, “a troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão de conteúdo pela forma” (AMARAL, 2006, p. 21).

O sensacionalismo ressalta o aspecto do ato de tornar sensacional um acontecimento que, por critérios jornalísticos estritos, não mereceria esse tratamento. Para Angrimani “é na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o

sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas” (1995, p. 17). De acordo com o autor, quando uma pessoa está diante de uma notícia sensacionalista, ela pode ficar chocada e se sente atraída, com vontade de conhecer o fato, pois se depara com questões que não são comuns no seu dia a dia, tais como a tragédia, a violência e a morte. Por outro lado, Angrimani também destaca que o sensacionalismo coloca uma espécie de lupa sobre um determinado fato e o amplia, "sensacionalizando" aquilo que nem sempre é sensacional.

Ambos os autores mencionados acima falam do real. Muitas coisas acontecem e muitas talvez não merecessem ser exploradas emocionalmente para chamar a atenção do leitor. É como se o texto fosse transformado, aumentado, deixando seu significado real, assim, passa a ser uma notícia fabricada para prender o grande público. “O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma” (MARCONDES FILHO apud ANGRIMANI, 1995, p. 15). Quando uma notícia aborda o sensacional, ela chama atenção. O público automaticamente se conecta, por isso essa linguagem é tão usada no jornalismo, pois deste produto o povo gosta, vende bem.

Sob a perspectiva do sensacionalismo, Kellner destaca a construção do megaespetáculo:

Os megaespetáculos são aqueles fenômenos que dramatizam controvérsias e embates, assim como os modos de resolução de conflitos. Incluem coberturas exageradas de eventos esportivos e políticos e outros acontecimentos. A própria produção de notícias também está sujeita à lógica do espetáculo, em uma época de sensacionalismo, tabloidização, escândalos e contestações políticas (2006, p. 122).

Hoje muitos casos na mídia são tratados como verdadeiros espetáculos, a pauta está em todos os meios de comunicação, a cobertura é exagerada, no mesmo dia chegamos a ouvir mais de dez vezes sobre o mesmo caso. A notícia vira assunto nas redes sociais, na internet. Depois do megaespetáculo, não poderia deixar de ser citado o grotesco, que ganha destaque nas análises de Muniz Sodré:

O grotesco (em todos os seus significantes: o feito, o portador de aberração, o deformado, o marginal) é apresentado como signo no excepcional, como um fenômeno desligado a estrutura da nossa sociedade – é visto como signo do outro. A intenção do comunicador é colocar-se diante de algo que está entre nós, mas que ao mesmo tempo é exótico, logo sensacional (1972, p. 73).

O jornalista busca noticiar o que é diferente, o público gosta de conhecer o que é exótico, o que é grotesco. O diferente e estranho atrai o interesse das pessoas, desperta nelas a vontade de conhecer o que é desconhecido, mas que está entre elas, vivendo no mesmo mundo. Nunes também cita o grotesco e comenta ser este uma marca da modernidade:

O que procura na reflexão do grotesco é uma linguagem para dar conta do inédito, daquilo que não se integra, nas redes conceituais da tradição. O Grotesco marca a modernidade, principalmente, pela dissonância que revela entre o homem e o mundo. É uma marca de mal-estar. Quando o que se familiariza se torna estranho ou sinistro, as proporções naturais se dissolvem, dando lugar ao sonho, à imaginação ou à realidade que transcende a normalidade (2002, p. 18).

A massa gosta de ficar chocada com aquilo que transcende a normalidade, que causa espanto e indignação. Nunes afirma que “O conceito do *Grotesco* também pode ser estendido à esfera da cultura de massa: o miserável ou o estropeado são grotescos em face da sofisticação da sociedade de consumo, especialmente quando são apresentados em forma de espetáculo” (2002, p. 19).

Nessa mídia de espetáculos, segundo Baudrillard, a morte também é outro tema bastante sensacionalizado, uma vez que aboli-la “é a nossa fantasia que se ramifica por todos os rumos: o além da vida e a eternidade para as religiões, a verdade para a ciência, a produtividade e a acumulação para a economia” (apud ANGRIMANI, 1995, p. 55). A morte é um dos maiores medos do ser humano, que, desde criança, aprende que se deve sobreviver. Quando se lê uma notícia relacionada à morte, ela chama atenção porque a notícia circula, naturalmente, entre pessoas, que estão vivas e que podem (e temem) ser notícia no dia seguinte. E ainda, na relação morte-notícia-telespectador, a morte do outro, segundo Angrimani (1995) citando Baudrillard, é “saboreada como espetáculo”.

Mas como um texto jornalístico assim é composto? Seligman e Cozer, ao citar Enne, buscam esclarecer a questão:

d) a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, como fotos com detalhes do crime ou tragédia, imagens lacrimosas, histórias em quadrinho reconstruindo a história do acontecimento, etc. (ENNE, apud, SELIGMAN, COZER, 2013, p. 5).

E assim se constitui o sensacionalismo, através da exaltação do grotesco, da adoção do megaespetáculo, da manutenção do espetáculo na mídia. Muitas estratégias são usadas para

evidenciar esse sensacional nas notícias e a emoção é parte fundamental deste processo. Por meio dela busca-se chamar a atenção do público, comprometê-lo de forma superficial, mas intensa, com a informação. Trata-se, como vimos ao longo desta etapa inicial de pesquisa, de uma prática comunicacional amplamente discutida, especialmente no que se refere à sua estrutura e ocorrência nos meios massivos (TV, rádio e jornal impresso). Diante de um novo cenário, também se observa, mesmo que empiricamente, o esboço de uma reflexão sobre sua reprodução nas novas plataformas digitais, aliada a outros ingredientes ainda não destacados, como a velocidade, a constância e a linguagem hipertextual. Parece haver ou ampliarem-se as possibilidades de sensacionalizar o jornalismo e isso é o que conduz para o segundo momento dessa investigação: a reflexão sobre a cibercultura e suas ferramentas.

2 CIBERINTERATIVIDADE

Para entender a infografia, é preciso contextualizar o meio em que está inserido o objeto de estudo. Para isso, este capítulo está organizado da seguinte forma: primeiramente, são abordados no primeiro subtítulo a cibercultura, o ciberespaço, o hipertexto e a hipermídia; na sequência, no segundo subtítulo, é realizada uma abordagem a respeito da interatividade.

2.1 Cibermundo

A chamada globalização, aclamada durante o final do século XX, foi um dos eventos que possibilitou a ascensão de inúmeras formas de integração entre os países e as pessoas. Com base nos estudos dos autores consultados ao longo desta pesquisa, é possível compreender que se trata de um fenômeno estreitamente ligado à comunicação de massa e, posteriormente, ao desenvolvimento das tecnologias digitais, que instituíram um conjunto de ferramentas e canais responsáveis por intensificar as redes de comunicação, datadas do século XV, e modificar a vida social do homem. A internet, hoje, é uma das principais plataformas que o ser humano usa para se comunicar, se informar, guiar-se e interagir.

É nesse mundo globalizado de nós e redes de comunicação que surge a cibercultura. E no esforço de entendê-la, Lévy² dedica-se inicialmente a conceituar o que é cultura:

Mas, o que é cultura mesmo? Primeira resposta um pouco abstrata: uma cultura é *uma rede de correspondências entre sistemas simbólicos*. Esses sistemas simbólicos podem ser, por exemplo, as línguas, as religiões, as leis, as organizações políticas, as regras de parentesco, os papéis sociais, os usos regrados do corpo, a estruturação do espaço e do tempo, os sistemas técnicos, etc. Porém, nem os sistemas simbólicos nem a rede que lhes corresponde formariam uma cultura, se não fossem atualizados e encarnados por pessoas (2000, p. 22).

Quando o homem nasce, automaticamente já pertence a um determinado grupo cultural, que dará sentido à sua vida ao longo de sua história. Segundo Lévy (2000), o sentido do ser humano só pode existir dentro de e por uma cultura. E esse sentido de que o autor fala “se manifesta e ao mesmo tempo se esconde nos jogos de uma combinatória que enlaça

² Embora tenhamos ciência da existência de outros autores que se preocupam especificamente com o problema da cultura, escolhemos Lévy porque é através das reflexões dele que buscamos entender as relações entre a cultura e as tecnologias digitais.

linguagens, referenciais simbólicos e uma certa estruturação da experiência” (LÉVY, 2000, p. 22). Os sistemas simbólicos são a base para uma comunicação, é através deles que o homem se manifesta, seja pela fala, pelos gestos ou pela escrita. O autor argumenta:

Os sistemas simbólicos “explicam” ou “manifestam” a maneira pela qual o mundo faz sentido, porque, se o reconduzimos à operação que o faz nascer, e onde ele se esgota, o sentido não é outra coisa senão uma colocação em correspondência (correspondência entre idéias, sensações, conceitos, atos, formas de todos os tipos). Essa possibilidade de correspondência constitui ou fabrica, a unidade e a coerência do mundo (LÉVY, 2000, p. 24).

Lévy (2000) afirma que os referenciais simbólicos estão impregnados na sociedade. Para o autor, a cultura é uma rede, formada de correspondências entre sistemas simbólicos. Esse sistema constitui a dimensão do sentido do homem, que atualiza essa cultura. As pessoas a cada dia buscam a inovação, dentro deste contexto de criação, Lévy (2000) fala que os humanos adaptam, reparam e transformam esses sistemas simbólicos. É nessa adaptação e transformação dos símbolos que nasceu a cibercultura.

Nesse sentido cibercultural, Lemos (2003) desenvolve três leis da cibercultura. A primeira é chamada de lei da reconfiguração, que preceitua ser necessário evitar a substituição ou aniquilamento. Trata-se, assim, de reconfigurar práticas e espaços, sem substituir seus antecedentes. A segunda lei, liberação do polo da emissão, por sua vez, preceitua que o que está em jogo é a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pelos *mass media*. A liberação do polo da emissão está presente nas formas de relacionamento social, de disponibilização de conteúdo e na circulação opinativa da rede. Assim, para Lemos, as novas modalidades midiáticas (site, weblogs, chats, e-mails, comunidades virtuais etc), fazem parte dessa lei. E na terceira e última lei, chamada lei da conectividade generalizada, as diferentes redes sociotécnicas contemporâneas apontam que é plausível estar só sem estar isolado. A conectividade põe em contato homens e homens, homens e máquinas e máquinas e máquinas, que trocam/cruzam informações de forma autônoma e independente. Assim, essa comunicação reduz-se ao tempo real e o espaço transforma-se em não espaço.

Assim, com a criação da Web, o homem passou também a se comunicar virtualmente, formando uma nova rede de sistemas simbólicos.

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração (LÉVY, 1999, p. 130).

As pessoas se unem a partir de seus interesses e essa união e compartilhamento de afinidades causa certo encolhimento planetário. Segundo Lévy (2000), esse encolhimento mistura diferentes culturas, gerando uma interpretação de todos os sistemas de signos. E o autor ainda aponta para uma sociedade sem fronteiras, para ele a cibercultura aponta para uma civilização da telepresença generalizada, que vai além da física. Sob a perspectiva dele, a interconexão acaba com as fronteiras da humanidade, abrindo um oceano onde os seres são mergulhados em um mesmo mar de comunicação interativa, e essa interconexão tece um universal através do contato.

E essa interconexão é feita através do computador, que seria o dispositivo técnico da cibercultura. Para Kastrup, “O dispositivo técnico comparece aí como um instrumento para a solução dos problemas que são enfrentados em virtude dos limites do organismo, limites estes localizados tanto no plano motor quanto no da sensibilidade” (2000, p.39). Através das antigas cartas, o ser humano não tinha uma comunicação interativa e rápida; para se comunicar com alguém do outro lado do mundo era comum levar meses para receber resposta. Com o avanço da tecnologia, o computador se tornou o dispositivo técnico que completa essa comunicação do homem, agora é tudo rápido, acontece instantaneamente:

O computador seria uma espécie de cérebro eletrônico, maximizando funções como a inteligência e a memória. De acordo com esta perspectiva, os computadores são tecnologias que atuam como prótese cognitivas, cujo acoplamento com o usuário amplifica tais capacidades e potencializa sua velocidade (KASTRUP, 2000, p.39)

Funções que anteriormente não poderiam ser desempenhadas pelo homem com tanta facilidade, ou que talvez nem poderiam ser realizadas, hoje são possíveis por intermédio do uso do computador. De acordo com Kastrup (2000), essa máquina de processamento veloz e com conteúdo infinito possibilitou ao homem reinventar a si mesmo na rede, e ainda, cria um território novo. Esses territórios são feitos de textos e links, em que humanos deslizam, mergulham em um mundo sem fim. Segundo Kastrup, “A partir da leitura dos textos, podemos escrever e interferir na própria rede e nos territórios locais que se criam no seu interior, participando então da invenção do mundo, numa prática coletiva” (2000, p. 53).

Essa “prática coletiva” de que Kastrup fala é feita a partir de um dispositivo técnico chamado computador, que, para Lévy, caracteriza-se como “uma montagem particular de unidades de processamento, de transmissão, de memória e de interfaces para entrada e saída de informações” (1999, p. 44), ou seja, uma ferramenta que possibilita a adição e a retirada de arquivos, utilizando uma memória que está ali disponível para ser preenchida.

Mas, por outro lado, e para além dessa tangibilidade do equipamento, o autor revela que se trata de algo “cujo centro está em toda parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si” (LÉVY, 1999, p. 44), onde a cibercultura está inserida e a partir de onde se desenvolve.

Segundo o autor, esse novo sítio é marcado por uma prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária heterogênea e intotalizável, com a qual todo o ser humano pode contribuir. Aliás, para ela a participação do homem parece fundamental para a existência do ciberespaço, pois é a contribuição humana, através de suas mensagens e textos, o que alimenta o coração desse ciber mundo.

Santaella também define o ciberespaço e sua condição indissociável do homem como principal mobilizador e fundador da sua existência. Para a autora, é “todo e qualquer espaço informacional multidimensional que, dependente da interação do usuário, permite a este o acesso, a manipulação, a transformação e o intercâmbio de seus fluxos codificados de informação” (2009, p. 45). Graças à internet a cultura é propagada e compartilhada.

Além disso, Lévy (2000) também fala do desenvolvimento tecnológico das telecomunicações e dos meios eletrônicos que convergem na explosão do ciberespaço, que interconecta as fontes de signos, sejam essas fontes não humanas (máquinas) ou humanas (grupos de pessoas). Dessa forma, o homem interage com a máquina, os equipamentos interagem com a máquina, o homem interage com o homem.

E qual é papel da internet nesse contexto? A internet é a sua principal plataforma de interação. O sistema WWW³ é o que conecta o homem ao mundo e gera uma rede de signos infinitos e virtuais, e essa teia cresce continuamente, segundo Lévy:

³ No final da década de 1980, um grupo de investigadores do Laboratório de Partículas Europeu (CERN) iniciou o desenvolvimento de um sistema que permitisse partilhar documentos científicos. As principais necessidades eram: permitir o acesso remoto, acesso independente do sistema operativo, partilha de documentos, ligação a recursos externos. Em 1989, Tim Berners-Lee propôs um sistema de hipertexto distribuído em rede. A informação é armazenada em documentos ligados. World Wide Web (WWW) é o serviço que permite manter um sistema de hipertexto distribuído. Foi desenvolvido na Europa em 1989 e é atualmente o serviço de maior sucesso. Fonte: <http://web.fe.up.pt/~ssn/2006/peus/peus2006-web-introducao.pdf>

O resultado dessa nova situação é que os sistemas de correspondência e seus subsistemas simbólicos se misturem uns com os outros e se transformem cada vez mais rápido. Uma das melhores visualizações que se pode propor desse fenômeno é a dinâmica do World Wide Web: uma multidão exponencialmente crescente de sítios de interconectam para formar uma rede móvel, em que cada nó incorpora seu próprio sistema de correspondência: os “vínculos de hipertexto” que os sítios lançam para os outros sítios. O sistema de correspondência global que constitui a WEB não pode ser formulado por ninguém, precisamente porque ele o é para todo mundo (2000, p. 27).

O World Wide Web forma um sistema de correspondência global, fazendo com que surja o hipertexto, sem meio e sem fim, ligando computadores e continentes. Segundo Nojosa (2010), o hipertexto é um conjunto de nós e significações conectados entre palavras, páginas, fotografias, imagens, gráficos, sequências sonoras etc. Assim, as narrativas perdem toda aquela tradição de ser limitada, pois com o hipertexto não há isolamento ou fragmentação do sentido do discurso, e sim uma ampliação na rede de significações.

Esse “conjunto de nós” de que fala a autora é o que é encontrado na internet, materializado em sites, blogs, redes sociais, canais etc, através dos quais é possível navegar, graças ao hipertexto. Trata-se de um sistema infinito de conteúdo, que não pode ser medido. Os usuários têm na tela milhões de informações, dentre as quais podem escolher o que desejam pesquisar e assim dar significação ao material que visualizaram.

Nesse sentido, observa-se a falta de centralidade do hipertexto. Sem ter um centro concreto, o hipertexto causa em seu usuário um processo de metamorfose. Dependendo a direção em que o homem deseja seguir através dos emaranhados de palavras, ele pode ampliar seu conhecimento, suas ideias e conceitos. “As mensagens contidas no hipertexto não são produzidas com objetivos de se perpetuarem e por isto o conhecimento contemporâneo tem a forma de simulações e/ou modelos, estando exposto continuamente a metamorfoses” (KIRST; MAZZOCHI, 2000, p. 159).

Esse hipertexto é exposto a metamorfoses, como conceitua Kirst e Mazzochi, e tem seus próprios princípios. Lévy (1993) diz que o hipertexto é uma metáfora válida para a realidade em que as significações estejam em jogo, assim, o autor cria os princípios do hipertexto. O primeiro é o princípio da metamorfose, cujos preceitos destacam que a rede hipertextual está em constante construção e renegociação. Sua extensão, composição e representação estão em jogo para os atores envolvidos (humanos, palavras, imagens, traços, objetos técnicos etc). No segundo princípio, o da heterogeneidade, os nós e as conexões hipertextuais são heterogêneos. É possível encontrar diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, que seriam as imagens, os sons, as palavras, as diversas sensações, os

modelos etc. Estruturas das conexões, que seriam lógicas, afetivas, culturais etc. Da comunicação que seriam mensagens multimídias, multimodais, analógicas, digitais etc. e ainda as estruturas do processo sociotécnico, que seriam as pessoas, os grupos, os artefatos e as forças naturais de todos os tamanhos e todos os tipos de associações entre esses elementos.

O terceiro princípio proposto por Lévy (1993) é o da multiplicidade e de encaixe das escalas, no qual o nó ou a conexão, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede. No quarto, o princípio da exterioridade, o tecido não tem nenhuma unidade orgânica nem motor interno. Seu aumento ou diminuição, sua composição e sua recomposição dependem de uma exterioridade indeterminada, na qual são acrescentados novos elementos, é realizada conexão com outras redes e ocorre agitação de elementos terminais (captadores). No quinto princípio, o da topologia, tudo funciona por proximidade, a direção dos acontecimentos é uma questão de topologia. Tudo que se deslocar deve usar da rede hipertextual tal como se encontra, caso contrário, deverá modificá-la e essa rede é o espaço. No sexto e último princípio, chamado princípio da mobilidade dos centros, a rede possui permanentemente múltiplos centros, e esses são móveis, saltando de um lado para outro. Essa rede traz para si ramificações infinitas de pequenas raízes, rizomas, finas linhas que vão delineando por um instante um mapa com detalhes delicados, e em seguida correndo para desenhar outros cenários de sentidos.

Depois dos seis princípios citados por Lévy, o hipertexto é conceituado por ser formado por links, e são esses links que conduzem o usuário pelos caminhos da rede. Bressane (2010) destaca que a navegação se constrói por caminhos, através de sequências de textos, imagens ou sons, percorridos pelos usuários por meio dos chamados links. Nesses links, não existe direção certa ou errada, cada caminho leva para um final diferente. O texto começa aqui e termina ali, mas também pode terminar acolá, e a construção de sentido é construída ao longo da caminhada:

Um link pode ser entendido como um vínculo eletrônico que interliga infinitas áreas ou blocos de informação que formam um hipertexto, a parte que aparece e que faz com que possamos ampliar nossas capacidades de conhecimento e de exteriorização de nossas subjetividades, na medida em que podemos navegar de um ponto a outro, até mesmo com o a grande chance de nos perdermos, mas com chances talvez maiores de construirmos idéias, elaboramos definições, fazemos associações semânticas, relacionamos conceitos, adequações e imagens, entremearmos exemplos, elaboramos um imaginário, construímos conhecimento individual e/ou coletivo e sermos potencializamos e catalisadores de nossas próprias capacidades (CINEL, 2000, p. 150-151).

Temos nossas próprias capacidades, podemos escolher que lugar seguir e que caminho tomar. Como diz a autora, podemos nos perder em meio a tantas direções que podem ser tomadas. A escolha depende de cada pessoa, mas as chances de construir conhecimento são maiores do que a de ficar no vazio virtual.

Além disso, por meio do hipertexto, é possível observar o despertar de uma metamorfose da própria linguagem, particularmente como consequência do que chamamos de convergência de mídias. Diferente do que tradicionalmente acontecia nos veículos massivos, cujos códigos se restringiam a uma ou duas matérias (verbo e foto, imagem e som) na plataforma digital existe a possibilidade de múltiplas combinações, resultando no que se chama de hipermídia. Aliás, para Bressane, “a construção de sentido no ambiente digital talvez seja a peça mais valiosa do quebra-cabeça chamado hipermídia” (2010, p. 149). E a autora (2010) ainda adiciona que a hipermídia oferece para quem produz o conteúdo infinitas possibilidades de cruzamentos e interseção de modalidades díspares de linguagem. E essas possibilidades citadas pela autora envolvem desde texto até animação. Segundo Bressane:

No ambiente digital não há construção de significados apenas por meio de um único sistema de semiótico. Lidamos com sistemas hipermodais que permitem a navegação por informações distribuídas de maneira multilinear e que envolvem várias modalidades integradas de linguagem além de verbal, como a linguagem imagética, (fixa e em movimento), a sonora (em sons e música), a animação, além do uso das cores, fontes tipográficas e demais recursos gráficos para a produção de significados; daí a necessidade de não privilegiar uma ou outra linguagem (2010, p. 152).

É nesse mundo digital que a informação se torna multimídia, pois adiciona diferentes linguagens à sua estrutura. No que concerne ao jornalismo, a notícia na Web se torna mais completa e mais “recheada” com relação ao que pode ser acrescentado ao texto, como fotos, vídeos, áudios, infográficos, links etc, surgindo, nesse ambiente, hipermídia à interatividade.

2.2 Aqui, ali e acolá, tudo é interativo

Se observadas as reflexões construídas até agora, é possível perceber que um elemento se destaca em meio à cibercultura, aos hiperlinks e à hipermídia: a interatividade, forma de comportamento que toma conta do ciberespaço. No mundo virtual, tudo acontece agora e a

interatividade traz a possibilidade de o ser humano colaborar e participar mais dessa rede de comunicação online.

Nesse contexto de participação do usuário, Machado destaca que “devido a uma tecnologia que permite a criação de um sistema comunicacional por meio da computação é possível a produção de um ambiente interativo onde o usuário possa explorar e interagir com o conteúdo” (2013, p. 04). Tal concepção é corroborada por Primo e Cassol (2013), que afirmam que é a através do computador – que os usuários podem colaborar modificando a forma e o conteúdo das mensagens disponíveis na rede em tempo real.

Essa interação gera uma nova forma de fazer comunicação, já que o usuário se tornou bem mais participativo e exigente, uma vez que agora ele tem o desejo de explorar, trilhar caminhos diferentes, e exigir atrativos nos textos oferecidos, para que prendam sua atenção.

Tanto o texto como o vídeo também estão encaixados nesse contexto de interatividade. Machado, em seu artigo, faz referência ao autor Cannito, que classifica a interatividade em três níveis diferentes:

De acordo com Cannito (2009, p.155), na interatividade existem três níveis de controle realizados pelo usuário. São eles o Reativo, Coativo e Proativo.

Reativo: O espectador reage ao vídeo fazendo escolhas predefinidas pelo produtor e não é considerado uma interação elevada.

Coativo: É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido.

Proativo: Considerado um alto grau de interatividade, o usuário pode tanto mudar a estrutura quanto o conteúdo do vídeo, tornando-se também um produtor alimentando o ambiente com suas criações audiovisuais. (CANNITO apud MACHADO, 2013, p. 04).⁴

Trata-se de três níveis de relação entre os interlocutores e as mensagens por eles compartilhadas, e mesmo um sendo diferente dos outros não deixam de ser menos ou mais interativos. Falando na questão dos sites, caminhos diferentes podem ser tomados seja no texto, vídeo ou áudio. É o criador do conteúdo que será disponibilizado no site, que irá decidir os caminhos da notícia, usando de diferentes recursos ele pode oferecer diferentes direções para seus usuários. Nesse ambiente, Primo avalia a questão, apontando que “se antes participação rimava com discussão, hoje participar rima com apontar-clicar. Nesse cenário, quanto mais “clicável” é um *site*, mais interativo ele será considerado (mesmo que todas as reações dos *links* e botões já estejam determinadas na programação/previsão)” (2013, p. 03).

⁴ Essa classificação do autor é feita principalmente em relação a vídeos

“Clicar aqui e ali”, nesse contexto, faz com que o leitor tome caminhos diferentes, e são os caminhos escolhidos pelo usuário que formaram o resultado final de sua pesquisa. Primo (2013) afirma que a cada leitura o usuário pode ter uma interpretação diferente, pois ele irá relacionar o texto que está lendo a outros lidos anteriormente, e também a outras experiências passadas. O autor destaca que toda leitura é uma invenção de cada um, embasada em uma cadeia mental também hipertextual.

E o hipertexto faz parte desse caminho trilhado pelo leitor. “A construção de uma história hipertextual em suporte digital passa pelo projeto da navegabilidade do *site*. O autor planeja quais os caminhos possíveis que oferecerá ao seu leitor” (PRIMO, 2013, p. 10). A partir desses caminhos que o autor escolheu usar para oferecer ao seu leitor, Primo (2013) afirma que o leitor pode escolher os trajetos que achar melhor, seguindo um caminho particular, e essa sequência que ele optou seguir será diferente daquela que outros internautas estão seguindo.

A interatividade possibilita, então, que usuários conectados ao mesmo tempo em um mesmo site, terão, ao final, resultados completamente diferentes, pois cada um escolheu seguir um caminho para complementar sua leitura inicial.

3 WEBJORNALISMO: TERRENO FÉRTIL PARA A INFOGRAFIA

Após o estudo da cibercultura, do ciberespaço, do hipertexto, da hipermídia e da interatividade, este capítulo traz uma abordagem a respeito do webjornalismo, ou jornalismo online, seguido pela chamada pirâmide deitada. Como fruto desse jornalismo interativo na internet, são, também, aqui, avaliados os infográficos, objetos de análise desta pesquisa.

3.1 Informação on-line

O jornalismo é, há muitos anos, fonte de informações para o mundo. Nesse sentido, Gradim (2013, p.85) lembra que se trata de uma “atividade profissional que consiste em apurar, recolher e coligir informação, redigindo-a sob a forma de notícia que se destina a ser divulgada junto do público através de um meio de comunicação de massas”.

Há muitos canais através dos quais é possível distribuir informações para o público, tais como o jornal impresso, a televisão e a rádio. Entretanto, todos eles podem ser ressignificados pela chegada da internet, que vem se tornando uma das grandes plataformas de comunicação contemporânea, onde o jornalismo, como tantas outras atividades sociais, se faz presente. Segundo Pavlik, citado por Gradim (2013), essa comunicação se revela de três formas diferentes:

Fase 1. Os conteúdos disponibilizados online são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio.

Fase 2. Os conteúdos são produzidos unicamente para as versões online, contendo já hiperligações, aplicações interativas e, nalguns casos, fotos, vídeos ou sons.

Fase 3. Conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a web, tirando partido de todas as suas características (PAVLIK apud GRADIM, p. 87).

Tais fases são reflexos do que chama de convergência. Para Longhi (2013), isso se deve às mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que provocaram a imprensa tradicional a desenvolver novas formas de atrair leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de conteúdo. Para Canavilhas (2013), a utilização de recursos para atrair leitores está diretamente ligada com o conteúdo informativo e com as características de elementos multimídia. O autor cita alguns exemplos de recursos que podem ser utilizados para uma possível integração na webnotícia. Primeiro Canavilhas (2013) cita a hiperligação,

que seria a utilização de textos extensos, ligando várias notícias, sendo recomendável que essas ligações abram em novas janelas de forma a manter o utilizador ligado ao webjornal. Quanto ao vídeo, sua utilização se impõe em circunstâncias de difícil descrição ou que exijam muito texto para explicar. O Flash e 3D geralmente devem ser utilizados em situações de catástrofes ou acidentes, em que não existe o registro de vídeo da situação e recorrer a imagens de síntese traz a possibilidade de criar as situações virtualmente. Flash e gráficos são usados em notícias que contêm muitas informações associadas a questões técnicas, um exemplo são as notícias econômicas relacionadas à Bolsa. E, por último, o autor cita o áudio, pois nem sempre é fácil descrever o estado emocional do entrevistado, com o áudio é possível transmitir “a cor das palavras”, que consistiria em um elemento interpretante da notícia.

O jornalismo na internet permite unir plataformas que estavam separadas antes da chegada da Web. Agora o texto se conecta ao áudio da rádio, às imagens da televisão e às as fotos do impresso. Tudo isso se une na plataforma on-line para tornar a informação mais interativa. Nesse sentido, Longhi (2013) diz que o espectro da convergência, no cenário do webjornalismo, é ampliado para a circulação e, ao citar González (2013), afirma que quando um meio inicia a convergência, busca aumentar as possibilidades de compartilhamento da informação através de todos os meios possíveis.

Gordon (2003), citado por Grant (2009), aponta cinco dimensões para a convergência: propriedade, táticas, estrutura, captura da informação (information gathering) e apresentação (narrativa). Essa última característica da convergência jornalística vem como resultado da convergência tecnológica, como lembra Kolodzy (2009), que abriu novas formas de apresentar a informação, pois trouxe consigo a multimídia, onde diferentes plataformas de narrativas podem ser combinadas, na Internet, como texto, áudio, fotos, gráficos, vídeo, cinema (LONGHI, 2013, p. s/p).

Nesse sentido de compartilhamento das informações, Canavilhas reavalia o webjornalismo, lembrando que a máxima “nós escrevemos, vocês lêem” pertence ao passado. Para ele, “numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação directa com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar” (2013, p. 02).

E o webjornalismo deve cultivar essa possibilidade de interação direta com seu leitor, pois hoje todos têm acesso a muitas informações na rede, trilhando um caminho interativo. Tudo acontece em tempo real, e o internauta/leitor gosta de participar do processo, especialmente criando seu próprio conteúdo.

Sob essa perspectiva, para Canavilhas, “no webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (2013, p.03). Segundo o autor, recorrendo à técnica da pirâmide invertida⁵, o leitor apenas pode efetuar a leitura seguindo o roteiro definido pelo jornalista, e a interatividade não se torna tão presente no texto, já que ele segue uma linha de pensamento. Para Canavilhas (2013), usar a técnica da pirâmide invertida é impor limites ao webjornalismo, tirando assim uma de suas potencialidades mais interessantes, que seria a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e livre para quem deseja navegar.

Na web, destaca o autor, o jornalismo precisa usar da liberdade que ela lhe oferece, que é a de criar caminhos diferentes e utilizar recursos hipermediáticos. E “em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimédia organizados em camadas de informação” (CANAVILHAS, 2013, p. 07).

Assim surge a pirâmide deitada:

Propõe-se uma pirâmide deitada com quatro níveis de leitura:

A Unidade Base – o lead – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado.

O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento.

No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W’s. (CANAVILHAS, 2013, P.15)

O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos. “Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso, sob os mais variados formatos (multi)mediáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização online de toda a informação anteriormente produzida e armazenada, através de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação” (PALÁCIOS apud CANAVILHAS, 2013, p. 15-16).

Abaixo segue o modelo de pirâmide de que Canavilhas fala:

⁵ Segundo Canavilhas, “A técnica da pirâmide invertida pode resumir-se em poucas palavras: a redacção de uma notícia começa pelos dados mais importantes – a resposta às perguntas O quê, quem, onde, como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.” (CANAVILHAS, 2013, p. 05).

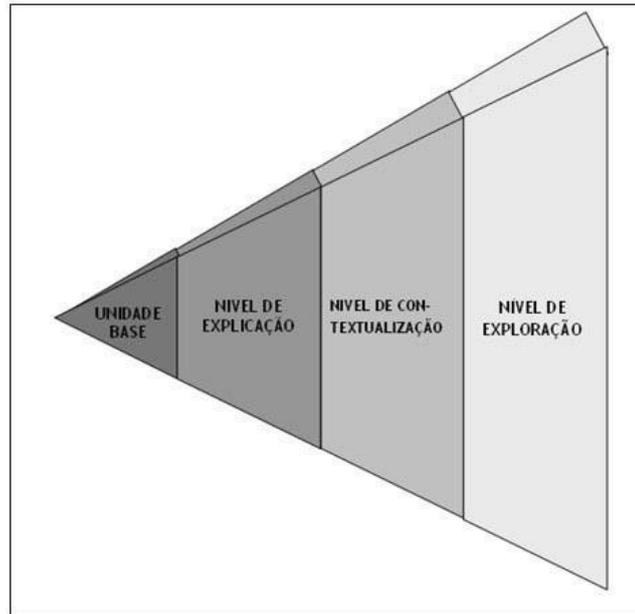


Figura 1: Imagem adaptada retirada do artigo de João Canavilhas: *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em 06 de maio de 2013

Para Canavilhas (2013), a pirâmide deitada é libertadora. O utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo a sua leitura pessoal, o jornalista pode montar um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com conteúdos multimédia, permitem inovar o webjornalismo em cada notícia, oferecendo a liberdade de novos caminhos em cada texto.

Os recursos estilísticos são possíveis graças às novas tecnologias e o webjornalismo pode assim se “reinventar”. Dentro da pirâmide deitada, proposta pelo autor, a infografia entra para fazer parte desses recursos estilísticos que inovam a forma de passar conteúdo dentro do webjornalismo.

3.2 Infografando

A evolução na comunicação juntamente com a chegada da internet e a criação dos cibermundos fez nascer a interatividade e o webjornalismo evoluiu junto com essa linguagem de signos da web, surgindo até mesmo uma nova forma de estruturar a notícia, a chamada pirâmide deitada. Nessa adaptação do jornalismo à internet e considerada a exigência de seus usuários, foi necessário que novas formas de construção da notícia fossem adotadas na

comunicação. Entretanto, os recursos de infografia vêm fazendo parte das informações desse ciberjornalismo. Para entender melhor esse processo, primeiro será abordada a história dos infográficos.

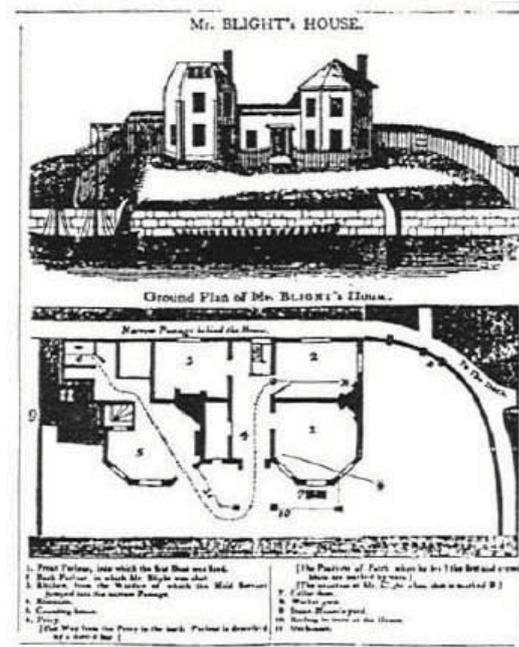
3.2.1 História da infografia

Infografia é a união de imagem e texto e essa adesão não é recente. Os desenhos nas antigas cavernas já instigavam no homem a necessidade de ter a imagem para se comunicar ou explicar o mundo, mas essas imagens, que inicialmente eram desenhos primitivos, com o passar dos séculos, começaram a se unir ao texto, onde conceitos complexos passaram a ser explicados. Teixeira (2010) cita que profissionais e pesquisadores apontam os diagramas e manuscritos de Leonardo Da Vinci como um dos pioneiros da infografia. Assim, desde o Renascimento, no século XVI, se tem registros do uso da imagem relacionada a e composta por textos. Silva lembra que “a informação não é fruto da sociedade moderna, mas a consequência de um processo de construção.” (2013, p. 13).

As guerras também influenciaram de alguma forma nos processos de comunicação e, com relação às infografias, não poderia ser diferente. Rodrigues (2013) comenta que, segundo diferentes pesquisadores (SANCHO, 2001; PELTZER, 1991; DE PABLOS, 1999; CAIRO, 2008; RIBEIRO, 2008), os indícios das primeiras infografias em jornais impressos aparecem no século XVII na Europa e nos Estados Unidos: “eram gráficos que retratavam, em sua maioria, rotas de guerras, em forma de mapas contendo alguns dados estatísticos, refletindo o contexto social e cultural daquela época” (RODRIGUES, 2013, p. 25-26).

Ainda nesse sentido, mas referindo-se à grande imprensa e envolvendo um fato jornalístico, Teixeira revela que o primeiro infográfico foi publicado no jornal londrino *The Times* (Figura 2):

Autores como Peltzer (1991), Sancho (2001), entre outros, defendem que o primeiro infográfico publicado pela grande imprensa é aquele intitulado *Mr. Blight's House*. Veiculado na primeira página do londrino *The Times*, em 07 de abril de 1806, (...), detalhando o passo-a-passo do homicida quando estava dentro da casa, a trajetória da bala que matou Isaac Blight e o local onde o homem caiu morto (2010, p. 17).



La casa de Mr. Blight. *The Times*, Londres, 7 de abril de 1806.

Figura 2: Primeiro infográfico publicado no *The Times*, em 1806, sobre o assassinato de Isaac Blight.

Fonte: William Robson Cordeiro Silva. *O Desenho da Notícia: Uma Análise Semiótica da Infografia do Jornal de Fato*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-william-o-desenho-da-noticia.pdf>. Acesso em: 18 de maio de 2013

Em 1908 também há registros de infográficos apresentando o uso de ilustrações nas reportagens. Nesse sentido, Rodrigues (2013) cita uma iniciativa do jornal *O Estado de São Paulo* (Figura 3), na edição de 18 de agosto de 1908, uma espécie de linha do tempo mostra o crescimento do comércio internacional, e como esse cenário afetava a navegação.

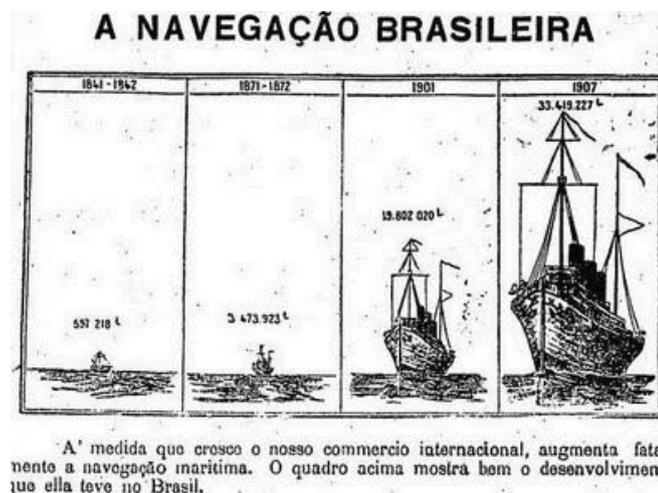


Figura 3: Infográfico publicado no *Estadão* no início do século XX.

Fonte: Adriana Alves Rodrigues. Infografia interativa em base de dados no *jornalismo digital*. Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/03/AdrianaAlvesRodriguesDisserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 18 de maio de 2013.

E como tudo faz parte de um processo de aprimoramento, foi a partir da construção de infográficos mais rudimentares que surgiu a tecnologia para mudar os padrões da construção da infografia, que, segundo Rodrigues (2013), destacaram-se com a criação do *Macintosh*, da *Apple*, em 1984, bem como com o desenvolvimento de programas de editoração eletrônica como PageMaker e o Photoshop. Gradualmente, os infográficos passaram a ter mais qualidade técnica, e os *designers* e jornalistas adquiriram a prática computacional nas redações.

Uma vez consolidado em sua sistemática para a produção diária, e com recente utilização nos jornais mundiais, o *boom* da infografia chegaria mais tarde, a partir de 1991, com a Guerra do Golfo com a visibilidade para explicar o conflito entre os Estados Unidos e o Iraque (CAIRO, 2003, CHIMENO, 2003, FERNÁNDEZ-LADREDA, 2004, SERRA, 1998, DE PABLOS, 1999, LETURIA, 1998) (RODRIGUES, 2013, p. 30).

E não é só Rodrigues que cita a Guerra do Golfo como um marco da infografia. Para Teixeira (2010), foi a partir desse episódio histórico e das coberturas jornalísticas construídas para relatá-lo e entendê-lo que nasceu o que se convencionou chamar de jornalismo visual.

Na Figura 04 pode-se observar um infográfico publicado na *Folha de São Paulo* a respeito da Guerra do Golfo. Tal imagem, se comparada com as figuras disponibilizadas anteriormente, permite perceber a diferença que a tecnologia proporcionou para que produção de infográficos fosse mais elaborada.

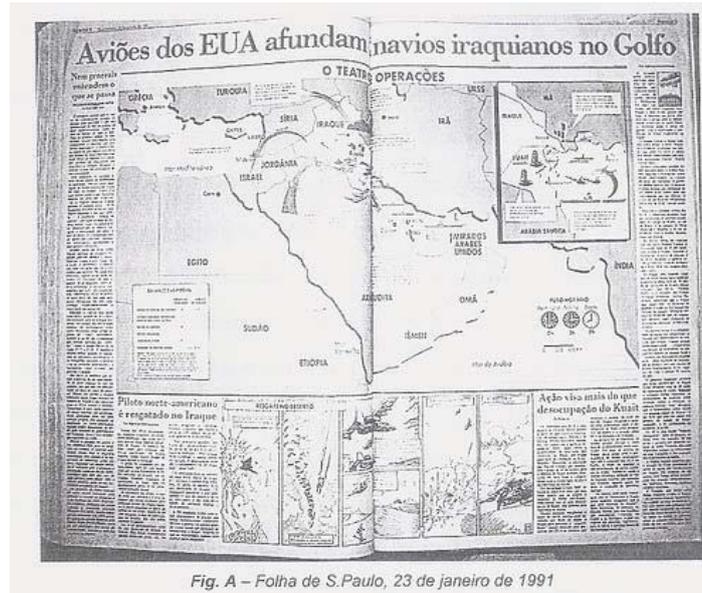


Fig. A – Folha de S.Paulo, 23 de janeiro de 1991

Figura 4: Infografia impressa da Guerra do Golfo publicada na Folha de São Paulo, em 23 de janeiro de 1991.

Fonte: Adriana Alves Rodrigues. Infografia interativa em base de dados *no jornalismo digital*. Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/03/AdrianaAlvesRodriguesDisserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 18 de maio de 2013.

Com o desenvolvimento tecnológico e a partir de 1991 é que essa narrativa foi adotada com mais frequência nos jornais, justamente pelo avanço das tecnologias, que possibilitaram um melhoramento e aperfeiçoamento na construção de infográficos.

3.2.2 Falando de infográficos

As novas tecnologias proporcionam infográficos cada vez mais completos e interativos, essa é uma forma inovadora de passar informações no webjornalismo. Teixeira cita Errea e afirma que “O poder da infografia é imenso e significa literalmente que há um mundo de formatos a explorar. Em definitivo, a chave está tanto nas histórias que se contam – o segredo de sempre – e em como se contam. A novidade: adequar as histórias a uma narrativa” (ERREA apud TEIXEIRA, 2010, p. 30).

Considerada uma narrativa jornalística por Teixeira, o infográfico constitui a união de texto com a imagem para explicar um fato ou complementar reportagens e notícias, além de ser usado para explicar casos ou conteúdos de difícil compreensão para o público:

Um **infográfico jornalístico**, (...), pressupõe uma **narrativa**, sendo que, neste caso, ela é construída a partir da 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 essencialmente estético, por exemplo, mas algo que tenha o propósito claro de contribuir para a construção e conseqüentemente compreensão plena desta narrativa (TEIXEIRA, 2010, p.33)

Para o autor, a relação entre imagem e texto é uma das principais características da infografia jornalística. Em um infográfico se o texto for separado da imagem não será mais infografia, uma vez que a ausência de um desses dois elementos exclui a possibilidade de compreensão do texto. A autora ainda aponta que, enquanto discurso, o infográfico deve passar a informação com seu sentido completo, bem como destaca que nem imagem nem texto devem se sobressair, nem um, nem outro deve tornar-se dispensável.

Uma reportagem ou notícia pode ser complexa e muitas vezes somente com texto verbal e linear não é possível explicar o que realmente aconteceu. Termos técnicos, por exemplo, em sua maioria, são de difícil compreensão. Para Amaral:

O infográfico não diminui a complexidade das informações, mas as apresenta de modo diferenciado, onde é possível visualizar processos complexos e termos técnicos restritos de uma área, sem os quais, por meio de texto “puro”, o leitor não teria o recurso visual para auxiliar a compreensão (2013, p. 26).

Com uma linguagem mais explicativa, pois usa de texto e imagem, o infográfico precisa ter alguns elementos essenciais, quais sejam: “(1) título, (2) texto introdutório – uma espécie de lead de poucas linhas com informações gerais; (3) indicação das fontes; e (4) assinatura do(s) autor(es) (DE PABLOS, 1999), (SOJO,2000) e (GEORGE-PALLONIS, 2006)”. (TEIXEIRA, 2010, p. 33). Além disso, a autora ainda afirma que “um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas entre outros” (TEIXEIRA, 2010, p. 33).

A partir dessa descrição de narrativa e elementos da infografia, Teixeira (2010) divide os infográficos em dois grandes grupos: os enciclopédicos e os jornalísticos. Os enciclopédicos têm caráter mais universal, explicam o funcionamento do corpo humano, o que são bactérias, o que é ciranda financeira, e muitas outras questões ligadas à ciência, à economia e ao meio ambiente, dentre outros. Já os jornalísticos estão ligados a aspectos mais singulares, tais como fatos, ideias ou situações. Essa singularidade é aquilo que faz com que determinado fenômeno seja único, de tal forma que um infográfico construído para

demonstrar um acidente dificilmente será usado em outros acidentes, uma vez que não acontecem acidentes exatamente iguais, com a mesma história ou causa.

Após essa divisão em grandes grupos, Teixeira ainda divide os infográficos em complementares e independentes. O complementar “diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, nesse caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão de algo, possibilitando a contextualização mais detalhada” (2010, p. 52). Este costuma ser indispensável na matéria, pois trás esclarecimentos que seriam maçantes ou confusos se fossem explicados usando uma narrativa textual.

Já os enciclopédicos independentes,

por sua vez, caracterizam-se por não acompanharem nenhuma reportagem ou notícia e tratam de temas, a partir de um viés mais generalista e, não raro, essencialmente descritivo. Geralmente são respostas a curiosidades de leitores ou mesmo um modo diferenciado de explicar ou sistematizar informações mais clássicas, como aquelas sobre personagens da mitologia grega ou romana; sobre acontecimentos históricos; fenômenos biológicos ou físicos; inovações tecnológicas; e assim sucessivamente (TEIXEIRA, 2010, p. 53).

Ainda sobre esse último tipo, a autora destaca sua aproximação com o grupo jornalístico, destacando que eram raros até recentemente e que “Aparecem como uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto compõem um infográfico complexo.” (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Teixeira (2013) e Figueiredo (2013) defendem uma relação entre forma e conteúdo. A primeira elenca “as características que podem transformar a infografia digital em um gênero jornalístico visual a partir da (1) utilidade (informativa, significativa, funcional e concordante) e da (2) visualidade (compreensível, estética, icônica, reológica – o estudo do seu dinamismo – e tipográfica verbal)” (2013, p. 7). A segunda, por sua vez, na mesma linha, propõe a observação de critérios editoriais e critérios visuais. Nesse sentido, ambas defendem a realização de um estudo de caso descritivo e exploratório, uma vez que essa “metodologia favorece dois focos principais: compreender como o infográfico é utilizado - a partir do estudo de publicações de referência - e, na seqüência, por que tal recurso é adotado.” (TEIXEIRA, 2013, p. 8).

Dito isso, as autoras indicam que a leitura analítica das infografias pode começar pela exploração dos elementos relativos ao conteúdo não infográfavel. Para isso, Figueiredo (2013) toma por base o Manual da Folha de São Paulo:

1º dentre fatos de incontestável interesse geral, as notícias de utilidade pública vêm primeiro.

2º dentre fatos de mesma intensidade de impacto, prioriza-se as exclusivas.

3º meandros e detalhes interessam, pois são o que chamamos de aprofundamento da notícia.

A boa hierarquização é aquele que responde às perguntas que o leitor, gradativamente, vai levantando. Montar uma edição diferenciada é fugir das armadilhas do consenso e do lugar-comum. Surpreender e inquietar o leitor com abordagens curiosas é o que se deseja. A opção dos infográficos potencializa essas abordagens ao permitir apresentar, de forma visual e organizada, contextualizações e aspectos que alimentem a curiosidade e a expectativa do leitor (2013, p. 4).

A preocupação expressada pela autora revela que as informações priorizadas na criação de infográficos também levam em conta certa hierarquização, adotando um padrão de seleção já conhecido pelo usuário a partir da sua experiência com a mídia tradicional. Contudo, “as informações editadas em um infográfico devem ter certas características que permitam que sua fragmentação e organização, dinamizem a leitura e não que pareçam informações desarticuladas ou inúteis.” (FIGUEIREDO, 2013. p. 4).

Após falar dos *critérios editoriais*, partimos para os *critérios visuais*, ou seja, a forma tomada pelo agrupamento das informações: “a proximidade, segundo as leis da percepção, é um forte fator no estabelecimento de uma relação entre os elementos visuais. Nos infográficos, a distribuição da informação pela solução gráfica deve sempre levar isso em conta. Podemos conduzir nosso leitor explorando bem essa regra” (FIGUEIREDO, 2013. p. 5).

Os elementos visuais, juntamente com a informação, são o que compõem um infográfico. A adequação do visual com a notícia é muito importante.

O cuidado na escolha dos elementos estéticos que compõem o infográfico deve levar em conta que, em sua capacidade de passar mensagens subliminares, as imagens atuarão como elementos coadjuvantes na leitura e compreensão dos infográficos. Se as imagens escolhidas acrescentarem ambigüidades ou dificuldades a este processo, então sua escolha não foi adequada. [...] Toda informação visual quando lida, é analisada e interpretada por um conjunto de parâmetros culturais individualizados na experiência de cada leitor. [...] A imagem informa para além da organização racional. Ela busca também a harmonia estética e o ritmo neural (FIGUEIREDO, 2013. p. 5).

Sobre a estética do infográfico, a autora ainda comenta: “recursos estéticos - formas, cores, ilustrações, fotos, efeitos, tons, composição, harmonia, ritmo e tantos outros - são um conjunto de detalhes voltados à necessidade de beleza do ser humano” (FIGUEIREDO, 2013. p. 6). Para ela, o homem gosta de ver o que é belo e sente-se atraído por isso, portanto, o

conteúdo deve ser equilibrado em harmonia com o visual. E é também no critério visual que se destacam os aspectos multimídia do produto, revelando o entrosamento do áudio, dos vídeos e das proposições interativas.

Os programas de edição tornam cada vez mais completo e interativo os infográficos encontrados na rede. Ribeiro leciona que “No ambiente da web, graças ao processo de digitalização, imagens, sons, vídeos, animações e textos podem compartilhar de um mesmo espaço e tempo.” (RIBEIRO, 2013, p. 1).

O compartilhamento de informações em tempo real na mídia aproxima o ser humano da realidade, tudo acontece imediatamente. Amaral, sobre o tema, afirma que “O uso de mídias é favorável a esta aproximação da realidade, fotos, vídeos e áudios podem ser eficazes ferramentas para a composição do infográfico nos cibermeios, por representarem informações concretas a respeito da pauta.” (2013, p. 86).

Falando da inserção da informação na internet, Amaral (2013) cita Silva Jr., propondo um modelo que divide em três estágios a relação de disseminação do conteúdo: “(1) transpositivo, o jornal na internet segue o modelo do impresso; (2) perceptivo, agrega recursos do jornalismo on-line; (3) hipermidiático, uso de hipertextualidade, convergência de suportes diferentes e disseminação do mesmo produto em várias plataformas.” (SILVA JR. apud AMARAL, 2013, p. 111).

A hipertextualidade está cada vez mais presente no jornalismo, pois ela abre caminhos diferentes para o leitor, que pode escolher de que forma quer dar sequência à sua leitura. O hipertextual proporciona a interatividade, assim, os infográficos inseridos na web se tornam cada vez mais interativos, usando dos mais variados elementos e ferramentas.

A evolução do infográfico na internet, segundo Amaral, acontece a partir de três momentos:

no primeiro, há transposição do modelo de infográfico original (impresso), no segundo, há uma tentativa de adaptação ao webjornalismo mesclando características (impresso + web) para criar o infográfico, e o terceiro, onde há exemplares de infográficos que apontam a modalidade jornalística adaptada ao jornalismo praticado no meio (2013, p.116).

O autor ainda divide o terceiro momento em duas partes, que Amaral (2013) chama de terceira e quarta gerações dos infográficos.

Ambas representam a fase de adequação do infográfico jornalístico às características do *webjornalismo*, mas observamos que há diferenças em relação aos recursos utilizados na narrativa dos infográficos. Destacamos a multimídia na terceira geração, e a interatividade e a conseqüente personalização de conteúdo na quarta geração (AMARAL, 2013, p. 118).

A evolução do infografia na web não foi somente construída por Amaral, a autora Rodrigues (2013) também faz uma construção das gerações do infográfico na internet. Essa construção foi feita em forma de um quadro, do qual serão retiradas as informações chaves dessas três fases propostas por Rodrigues.

Primeira fase - Infográficos lineares: “Opera na logística do impresso e não apresenta nenhum tipo de avanço quanto à incrementação da narrativa visual, em que tanto a apresentação quanto a leitura é totalmente linear.” (RODRIGUES, 2013, p. 35).

Segunda fase – Infográficos multimídias: “Esta fase é marcada pela introdução de elementos multimídias, quais sejam imagens em movimento, gravação sonora, ilustração, fotografia, vídeos e outros recursos interativos.” (RODRIGUES, 2013, p. 35). A autora prossegue destacando que “A leitura passaria de linear para multilinear ou não linear em que a interatividade, ou seja, a possibilidade de guiar a leitura e interagir com o infográfico, é mais potencializada.” (2013, p. 36).

Terceira fase – Infográficos em base de dados: “Este tipo de gráfico tem um maior grau de interatividade e também vem explorando aplicativos da Web 2.0 disponíveis como o *Google Maps, Mashups, Flickr, Google Earth* oferecendo um maior *dinamismo* quanto à visualização da informação ou dos dados.” (RODRIGUES, 2013, p.36). Merece ainda destaque o fato de que “São infográficos que estão num estágio mais avançado do que os demais por recuperar base de dados internas ou do ciberespaço para construção dos gráficos e representam uma tendência ao uso mais sistemático na fase atual da infografia interativa.” (RODRIGUES, 2013, p.36).

A partir das colocações de Amaral e Rodrigues, pode-se concluir que a infografia, assim como o jornalismo, quebra seus modelos com as antigas formas de produção da notícia. A evolução da internet proporciona à informação mais dinamismo, assim, podem ser acrescentados diferentes elementos, unindo movimento e interação.

4 DESCOBRINDO EMOÇÕES NA INFOGRAFIA

Após um estudo sobre a mídia e sua relação com a emoção, a cibercultura com sua linguagem e características e o webjornalismo ligado a infografia, inicia-se agora a metodologia, a contextualização do fato e a análise dos três infográficos.

4.1 Metodologia

O objetivo desta pesquisa é compreender, por meio da análise de infográficos, de que forma a emoção se revela no discurso midiático. Para isso, é estudado o caso do massacre no Realengo, que ocorreu no dia 7 de abril de 2011 na Zona Oeste do Rio de Janeiro. Os infográficos analisados são extraídos da internet, de sites de notícias brasileiras.

Assim, a investigação divide-se em duas etapas. Na primeira é realizada uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia e emoção, bem como acerca da cibercultura, de sua linguagem e características; bem como sobre o webjornalismo e a infografia. Na segunda etapa, são apreciados infográficos multimídia sobre o massacre disponibilizados na internet, a partir da retirada e da comparação das chaves de leitura encontradas nos capítulos iniciais desse trabalho: a) leis da cibercultura, segundo Lemos; b) princípios do hipertexto, segundo Levý; c) tipos de infográficos, baseando-se principalmente nas colocações de Teixeira; d) visualidade e utilidade, segundo Teixeira e Figueiredo; e) interatividade, conforme Primo; e f) pirâmide deitada, citada por Canavilhas. Ainda como chaves de leitura, tem-se: g) apelos sedutores da narrativa; e h) marcas da emoção e sensacionalismo.

A escolha dos infográficos analisados será feita a partir de dois critérios: a hierarquia de exibição a partir da busca no Google⁶ por palavras-chaves (massacre, Realengo, infográfico); e, a partir da hierarquia apresentada, a seleção de formatos multimídia.

4.2 O massacre de Realengo

Antes de iniciar a análise, é necessário compreender o episódio noticioso a que se referem os infográficos. O fato se deu no dia 7 de abril de 2011, caracterizado por um

⁶ www.google.com.br

assassinato em massa, ocorrido por volta das 8h 30min da manhã, na Escola Municipal Tasso da Silveira, localizada no bairro de Realengo, na cidade do Rio de Janeiro.

O assassino Wellington Menezes de Oliveira, de 23 anos, invadiu a escola armado com dois revólveres e começou a disparar contra os alunos presentes. Doze crianças com idades entre 11 e 15 anos perderam suas vidas e mais treze ficaram gravemente feridas.

Com a invasão da polícia, o atirador cometeu suicídio. A morte dessas crianças foi retratada por toda a mídia nacional. Canais de televisão e sites na internet transmitiam informações em tempo real e reprisaram o episódio sistemática e consecutivamente por dias.

4.3 Análise

Após a seleção das chaves de leitura, se inicia, neste capítulo, a análise dos infográficos do massacre no Realengo. Para isso, foram escolhidos três infográficos que se encaixam no webjornalismo como plataformas multimídia, seguindo os critérios de hierarquia de exibição a partir da busca no Google pelas palavras-chave massacre, Realengo e infográfico; bem como da seleção de formatos multimídia realizada a partir da hierarquia apresentada. O primeiro é um infográfico multimídia da reconstituição do crime disponibilizado no site *GI*, o segundo é um do site *O Globo* e o terceiro e último é um que foi publicado quando o massacre completou um ano, assinado pelo site *Terra*.

4.3.1 Infográfico do site *GI*⁷

O primeiro a ser analisado trata-se de um infográfico em forma de animação que reconstitui o massacre no Realengo do site *GI*, e que foi publicado no dia 07 de abril de 2011, dia da tragédia, às 15h 01min, sendo essa página atualizada no dia 13 de abril de 2011, às 12h 57min. Essa infografia é baseada em vídeos do sistema de segurança da escola, informações da polícia e relatos de testemunhas.

⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/Tragedia-em-Realengo/noticia/2011/04/como-foi-tragedia-em-realengo.html>



Figura 5: Vídeo multimídia infográfico do massacre no Realengo do site G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/Tragedia-em-Realengo/noticia/2011/04/como-foi-tragedia-em-realengo.html>

a) Quanto às leis da cibercultura:

Considerando a caracterização feita por Lemos (2003), conclui-se que a lei da reconfiguração é a de maior destaque nesse material, uma vez que ela observa a transformação das práticas e mesmo das narrativas sem substituir ou aniquilar as anteriores. Isso porque o infográfico selecionado não elimina nem torna invisíveis as notícias e as reportagens sobre o tema, mas mostra/relata o massacre sob uma estrutura distinta. Ao acessar o infográfico e por ele navegar, há, portanto, para o usuário, um potencial de entendimento do que teria acontecido dentro da escola, especialmente através do depoimento das pessoas que presenciaram o fato e possibilitaram sua reconstituição.

b) Quanto aos princípios do hipertexto

Sob outro aspecto, mas ainda relacionado às características da cibercultura e à sua linguagem propriamente dita, essa infografia também se encaixa no princípio da heterogeneidade, uma vez que nela é possível encontrar as diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, quais sejam imagens, sons e palavras. As imagens estão presentes por meio do recurso da animação, que é usada para demonstrar como teria

acontecido toda trajetória do assassino dentro da escola. O texto verbal se manifesta nas legendas, que surgem na medida em que o usuário avança na leitura, e as palavras narram cada passo do homem armado. Por fim, tem-se o som, cujo referente são os disparos da arma feitos por Wellington diante das crianças. Ainda se encaixa no princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas, segundo o qual o nó ou conexão, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede, e essa rede, no infográfico do *GI*, é a rede de imagem+texto+som. Por fim, fazem-se presentes os elementos do princípio da topologia, que prevê que tudo funciona por proximidade e que a direção dos acontecimentos é uma questão de topologia. Tudo que se deslocar deve usar da rede hipertextual tal como se encontra. Nesse caso específico, toda narrativa está ligada à animação. Esses são os princípios de maior destaque dentro dessa infografia.

c) Quanto ao tipo de infográfico

Esse infográfico pode ser considerado independente já que está disponibilizado no *GI* sem uma reportagem que o antecede. Trata-se ainda de um infográfico jornalístico, pois está ligado a um aspecto mais singular, um fato ou uma situação real, de interesse do público. Essa singularidade é aquilo que faz com que esse massacre seja único, não sendo possível, por conseguinte, que esse infográfico fosse usado para demonstrar outro massacre, que dificilmente aconteceria da mesma forma.

d) Quanto à visualidade e à utilidade

Esta reconstituição pode ser considerada uma infografia com a característica da visualidade, que é estática e dinâmica. A animação da reconstituição do crime torna esse um infográfico visual, as pessoas seguem a leitura do texto em forma de legenda, assistindo a representação do que teria acontecido. Sentem-se presas à mensagem visual. A animação de Wellington entrando na escola representa como teria acontecido de fato o Massacre, dessa forma, a visualidade é uma característica fundamental, se fosse contado apenas com o texto, talvez o entendimento do leitor fosse menor, por isso que a visualidade é a característica predominante nessa infografia.

e) Quanto à interatividade

O botão de *play*, segundo Baptista (1999), dá ao usuário a sensação de poder, pois basta um clique para iniciar a projeção de toda a história. Essa sensação de poder deixa as

peessoas encantadas, entretanto, pode ser uma ilusão, já que faz com que o usuário pense que pode escolher muitos caminhos para fazer essa leitura, quando, na verdade, esse procedimento fica condicionado à interatividade e às restrições de um número pequeno de opções, já que se está falando de uma animação infográfica cujas opções são, tão somente, iniciar, parar, ir até o fim e entender todo o caso, ou parar no meio e ficar sem conhecer o final. O usuário pode ver tudo que aconteceu dentro da escola através de uma animação, e tudo está ali, na tela.

Além disso, essa relação entre o usuário e a narrativa pode ser considerada uma interatividade no nível reativo, no qual “O espectador reage ao vídeo fazendo escolhas predefinidas pelo produtor e não é considerado uma interação elevada” (CANNITO, apud MACHADO, 2013, p. 04), ou seja, o espectador reage à animação, fazendo escolhas já definidas pelo produtor deste infográfico. Dessa forma, não é considerada uma interação elevada, pois em uma interação maior o leitor poderia mudar o conteúdo da animação ou poderia escolher o estilo de sua leitura e isso não é possível na infografia em questão.

f) Pirâmide deitada

Tendo por base o conceito de pirâmide deitada de Canavilhas, é possível observar que esse infográfico de animação oferece a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente no vídeo, indo até o final, pausando no meio ou partindo direto para o fim.

Considerando-se os quatro níveis da pirâmide deitada proposta por Canavilhas, pode-se constatar que esse infográfico se organiza da seguinte forma: na unidade de base, tem-se o quê? A morte de alunos; quando? na quinta-feira dia 07 de abril; quem? o assassino Wellington Menezes de Oliveira; onde? na sua antiga escola. Dentro do formato mais elaborado, que é a animação da reconstituição, essas informações vão surgindo ao longo da narrativa da animação em forma de legenda. No “nível da explicação” temos o por quê, que não é revelado no infográfico, e o como, com o assassino entrando na escola com um revólver calibre 38, informação que também aparece na legenda ao longo da narrativa. No nível da contextualização, a informação é a própria animação, que seria a contextualização do massacre. E, por último, no nível da exploração, tem-se que a infografia foi feita a partir de vídeos do sistema de segurança da escola, informações da polícia e relatos de testemunhas, ou seja, está ligada a arquivos externos.

g) Apelos sedutores da narrativa

A comunicação e a disponibilização do infográfico reduzem-se ao tempo real, pois ocorreram no dia 7 de abril de 2011 e, apesar de haver uma demarcação de uma atualização na página no dia 13 de abril do mesmo ano, esse infográfico não sofreu alterações, tendo sido atualizadas apenas as informações transcritas após o infográfico. O imediatismo está presente nesse material por ter sido postado no dia em que aconteceu o evento. Para ver todo o vídeo, o usuário leva dois minutos. A animação da reconstituição do crime não possui link para compartilhamento ou algo ligado a redes sociais, também não é encontrado espaço para comentários. A interatividade com o público limita-se ao uso do *play* e do *pause*, que possibilitam ao usuário iniciar e parar sua leitura. Dentro da questão de tempo, essa infografia significa que o leitor pode conhecer o caso em dois minutos, pode observar o que teria acontecido dentro da escola nesse curto espaço de tempo. Dessa forma, a leitura se torna mais legível para o leitor, já que ele está vendo a cena acontecer.

Também é possível considerar que as cores e os sons utilizados pelo infográfico são apelos sedutores para o leitor, que acordam sua emoção. Ao representar o assassino pela cor vermelha, o infográfico permite que sejam estabelecidas algumas relações, como se o sangue de cada criança que foi morta estivesse manchado na personagem de Wellington. Nesse mesmo sentido, as faíscas que saem da arma no momento do tiro podem despertar a sensação de medo e da morte a cada disparo.

em nossa relação com a imagem, diversos códigos são mobilizados, alguns quase universais (os que resultam da percepção), outros relativamente naturais, porém já mais estruturados socialmente, e outros ainda, totalmente determinados pelo contexto social (AUMONT, 2012, p. 262).

Assim, no caso desse multimídia, a narrativa seduz o leitor pelos sentidos/sensações. E, para completar a estrutura, a racionalidade é parcialmente acordada quando a legenda aparece e narra tudo, desde a chegada do bem vestido palestrante até o suicídio do assassino. As palavras revelam como a escola foi frágil às estratégias de Wellington, contanto desde o fato de o assassino ter requisitado um documento na semana anterior ao massacre, até o de que, por se tratar de um ex-aluno, a escola fragilmente abriu suas portas a ele. As palavras usadas têm o sentido de uma narração da imagem e podem conotar o significado mais racional, mas sem deixar de ser emocional, já que, aliadas às animações, formam o sentido geral desse infográfico, que é reconstituir o crime. Há certo suspense também, já que a

narrativa começa com a chegada de Wellington na escola, logo, se uma pessoa desinformada sobre o fato acessar essa infografia e não ler a notícia até, no mínimo, sua metade, não saberá o que aconteceu com as crianças nem com o próprio assassino.

h) Marcas da emoção e sensacionalismo

A mídia, segundo Moraes (2006), extravasa emoções, envolve o desejo de comunicar-se, a necessidade de receber informações e a satisfação, e é nessa mídia que o infográfico se desenvolve. Depois que o desejo do usuário é despertado, ele segue os caminhos apontados pelos recursos visuais, para desvendar quais informações essa união de texto, imagem e som podem lhe revelar. Assim, surge a necessidade de se entregar à infografia.

Entretanto, como se trata da reconstituição de um crime, a narrativa pode mais do que emocionar. Ela pode também sensacionalizar, particularmente na medida em que coloca uma lupa e amplia o fato, constrói sua extensão mesmo que ela não tenha sido documentada. Os disparos feitos pelo assassino, por exemplo, nesse infográfico, representam momentos que as câmeras não puderam captar, e a revelação desse referente pode chocar as pessoas. No mesmo sentido, vê-se as crianças, que na animação estão paradas em suas classes, serem atacadas por um “monstro vermelho” que entra na sala e acaba com suas vidas.

Ainda acerca dessa chave de leitura, os personagens dessa história chocam porque as vítimas são crianças que têm suas vidas interrompidas, sonhos que não serão realizados, e isso é visto com muita tristeza pela sociedade. O lugar que deveria ser seguro – a escola – se tornou campo de horror para os estudantes que nela estavam presentes. Falando da ligação entre criança e escola – considerando que o ambiente escolar é a segunda família para os alunos –, com o acontecimento do massacre esse ambiente familiar é quebrado e o educandário deixa de ser um ambiente protegido. A escola de Realengo vista através da animação desse infográfico do *GI* deixa de representar essa estrutura na vida das pessoas, o lugar que seria seguro, como sugere a reconstituição, passa a ser inseguro, já que as falhas na segurança são vistas através da animação. Assim, o infográfico traz o caminho traçado dentro da escola, mostrando toda fragilidade que esse ambiente pode ter. Dessa forma, dois minutos foram suficientes para mostrar o ambiente frágil da escola onde ocorreu o massacre, cada cena reforça a lição de Moraes (2006), que afirma que o que se perde em durabilidade se ganha em intensidade.

Para Angrimani (1995), é na exploração das perversões, fantasias e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas. De acordo com o autor, quando uma

peessoa está diante de uma notícia sensacionalista, ela fica chocada e se sente atraída, pois se depara com questões que não são comuns no seu dia a dia, como tragédia, violência e morte.

A imagem da movimentação do assassino dentro da escola, da arma em sua mão e a animação dos disparos possibilitam ao usuário sentir-se parte da cena, como se estivesse lá dentro e testemunhasse o ocorrido. O infográfico multimídia usado pelo G1 amplia o fato, apresentando “imagens” que não foram vistas por mais ninguém além de quem estava lá dentro, e que agora se estendem a todos.

4.3.2 Infográfico de *O Globo*⁸

O segundo infográfico a ser analisado trata-se de um infográfico estático e interativo e foi disponibilizado no site d’*O Globo*. Importante destacar, essa publicação não informa nem a data nem o horário em que foi postada.

O massacre em Realengo

Recomendar  4 pessoas recomendaram isso. Seja o primeiro entre seus amigos.

Os momentos da tragédia na escola municipal de Realengo



A entrada na escola

Wellington Menezes de Oliveira, ex-aluno da Escola Municipal Tasso da Silveira, em Realengo, na Zona Oeste, entrou no colégio pouco antes das 8h dizendo que daria uma palestra em comemoração aos 40 anos do colégio. Ele se dirigiu até a sala de leitura, onde conversou com uma professora de literatura.

- O perfil do atirador
- Assassino não tinha antecedentes criminais

Foto: Gemilson Araujo CAPA ← →

A entrada na escola Disparos contra alunos Pedido de socorro Ação policial A carta A repercussão

 Curtir 4  Tweet 0  +1 0  16

Figura 6: Infográfico estático e interativo do Massacre no Realengo do site *O Globo* Disponível em: <http://oglobo.globo.com/infograficos/massacre-realengo/>

⁸ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/infograficos/massacre-realengo/>

Esse é um infográfico diferente do primeiro apresentado, pois não se trata de uma animação em movimento, mas de um infográfico estático com o qual o leitor deve interagir para receber a informação, podendo escolher se quer ler as seis partes que o compõem, de acordo com seu interesse, ou se quer ler apenas a primeira ou a última parte.

a) Quanto às leis da cibercultura:

Com base nas leis da cibercultura, é possível afirmar que esse infográfico se encaixa na lei da reconfiguração, que aduz que é necessário evitar a substituição ou aniquilamento. Trata-se, assim, de reconfigurar práticas e espaços, sem substituir seus antecedentes. Esse infográfico possui links ligados a reportagens apenas em forma de texto sobre o caso e que estão dentro do site d'*O Globo*. Dessa forma, é criado o infográfico, mas a reportagem textual continua presente através dos links que são oferecidos nas seis partes que o compõem.

b) Quanto aos princípios do hipertexto

Se avaliados os princípios do hipertexto, tem-se que essa infografia se encaixa no terceiro, que é o princípio da multiplicidade, que prevê que nessa conexão, quando avaliado, o infográfico pode ser composto por toda uma rede, formada pelos links de reportagens a este ligados. A multiplicidade está presente nesse jogo de hipertextos ligados uns aos outros. Também se encaixa no quinto, o princípio da topologia, eis que tudo funciona por proximidade, a direção dos acontecimentos é uma questão de topologia. Tudo que se deslocar, no caso os textos desse infográfico, deve usar da rede hipertextual tal como se encontra. Esse infográfico possui links diferentes que levam para fora da infografia, mas dentro do site d'*O Globo*. em cada parte de sua narrativa. Na primeira parte aparecem dois links, que, caso clicados, levam para janelas onde o leitor entrará nos textos “O perfil do atirador” e “O assassino não tinha antecedentes criminais”. Se os assuntos forem de interesse do internauta, este pode clicar e sair do infográfico e ler essas informações, dispostas em forma de notícia. E assim acontece nas outras partes do infográfico, na segunda o leitor pode ir para “Massacre na escola deixou 12 mortos”, “Irmãs gêmeas estão entre as vítimas” e “Crianças estariam abaixadas quando foram atingidas”. A terceira parte direciona para “A lista com os nomes das vítimas da Chacina”. Na quarta parte há um direcionamento para “‘Se chegasse antes poderia evitar muita coisa’, diz policial” e “Vídeo mostra a chegada da PM na escola do massacre”. Na quinta parte há um link para “Os impuros não poderão me tocar sem usar luvas”. E no

sexto e último, “Lembranças das tragédias nos EUA” e “Internautas comentam a tragédia”. Esse deslocamento do leitor se dá pelo infográfico, eis que existe a proximidade e a ligação da infografia a esses assuntos e essa proximidade se dá por meio da rede hipertextual, já que um está ligado ao outro.

c) Quanto ao tipo de infográfico

Trata-se de um infográfico jornalístico e independente. Pelo mesmo fato do infográfico anterior, jornalístico por ser singular e por ser um fato. E independente em razão de que nenhuma reportagem textual o antecede, sendo a informação passada aos internautas apenas pelo infográfico e seus hiperlinks, que permitem uma leitura completa, pois abordam a entrada na escola, os disparos contra os alunos, o pedido de socorro, a ação policial, a fala da carta supostamente deixada por Wellington e ainda fala da repercussão que o caso teve na mídia internacional.

d) Visualidade e utilidade

Falando em visualidade e utilidade, ao contrário do primeiro infográfico disponibilizado pelo G1, esse infográfico se encaixa na utilidade, pois, apesar de conter imagens, é mais informativo do que visual. Se comparado ao anterior, que se trata de uma reconstituição por animação e que demonstra total visualidade infográfica, nesse infográfico há mais texto. Os links que direcionam a leitura para outras reportagens colocam este em um grau de utilidade, há mais informações textuais disponíveis além do que está sendo proposto no infográfico, possibilitando ao sujeito leituras diferentes.

e) Interatividade

Segundo Cannito citado por Machado (2013), a interatividade que pode ser estabelecida entre o usuário e o infográfico pode ser caracterizada como coativa, pois o leitor tem possível controle do ritmo e da sequência, já que o leitor pode escolher o caminho que quer seguir dentro do infográfico. Ainda, essa infografia d’*O Globo* possui ligações com as redes sociais, sendo possível ao internauta clicar e recomendar via Facebook, curtir via Facebook, fazer um Tweet via Twitter e ainda adicionar ao Google +. Esse infográfico, portanto, se torna mais interativo do que o primeiro, pois possui hiperlinks que levam a outras notícias e também por fazer essa ligação com as redes sociais. Porém, não há diálogo entre o produto e o usuário, já que não tem espaço para comentário. A possibilidade de ligação com

as redes sociais serve apenas para um compartilhamento, mas um espaço para comentário traria um maior diálogo com o público, pois, dessa forma, o leitor teria um espaço para deixar sua opinião na mesma página que o infográfico está disponibilizado.

f) Pirâmide deitada

Em comparação com o conceito de pirâmide deitada, o infográfico também segue o que Canavilhas propõe, pois o internauta pode ler apenas no infográfico ou pode clicar nos diversos links disponíveis, bem como pode mudar da infografia para a reportagem sugerida.

Com relação aos quatro níveis da pirâmide deitada, esse infográfico d' *O Globo* se organiza da seguinte forma: logo na primeira parte é encontrada a “unidade de base”, que responde às seguintes perguntas: o quê? Wellington entrou no colégio; quando? Às 8h da manhã; quem? Um ex-aluno armado; Onde? Escola Municipal Tasso da Silveira, em Realengo. Essas informações estão claramente dispostas na primeira parte do infográfico em forma de texto. Na quinta parte desse infográfico, nível da explicação, tem-se o porquê, eis que há a informação de que o atirador, que não tinha nenhum antecedente criminal, deixou uma carta que deixa indícios de insanidade mental. Com relação à pergunta como?, encontra-se disposta na primeira parte, que reporta como Wellington entrou na escola, dizendo que daria uma palestra em comemoração aos 40 anos do colégio. No nível da contextualização, a informação está disposta em forma de imagens que representam Wellington atirando nas crianças. São desenhos que contextualizam o que teria acontecido. E, finalmente, no nível da exploração, a infografia foi feita principalmente através de depoimentos, que seriam os fatores externos usados para sua construção.

g) Apelos sedutores da narrativa

Com relação ao tempo, a data de publicação deste infográfico não consta no site, portanto, pode ter sido publicado no dia da tragédia ou algumas semanas depois. O tempo que uma pessoa leva para leitura depende de cada um, já que os hiperlinks possibilitam que caminhos mais longos ou mais curtos sejam tomados, dependendo de cada pessoa que for acessá-lo. Com a narrativa diferente da primeira, se está, agora, falando de um infográfico estático. Os apelos sedutores estão nas imagens usadas para narrar a história, eis que já na capa há a imagem de uma mulher chorando e sendo consolada, tendo, ao fundo, a imagem de um aglomerado de pessoas na entrada da escola. No canto inferior direito, convocando o

internauta ao acesso / à navegação, está o ícone “entrar”. É como se a imagem dissesse: “Acesse e conheça a minha dor.”



Figura 7: Imagem de capa do infográfico d’ *O Globo* Disponível em: <http://oglobo.globo.com/infograficos/massacre-realengo/>

Ao entrar, aceitando ao pedido da mulher para conhecer o porquê de sua tristeza, o usuário se depara com uma imagem da entrada da escola rodeada de pessoas, sinal de que alguma coisa séria ocorreu ali dentro. A imagem, aliada ao texto, reporta a entrada de Wellington na escola, seguida dos links que direcionam para o perfil do assassino e a ausência de antecedentes criminais. Nesse momento, já se sabe que houve violência e morte na escola municipal.

Na segunda, terceira e quarta imagens, é encontrada uma representação através de desenhos. Essas ilustrações causam impacto ao retratar o atirador com sua arma apontada para pessoas inocentes – crianças – e o sangue jorrando dessas vítimas. Na segunda, que fala dos disparos contra os alunos, são evidenciados os tristes números da tragédia: doze crianças foram mortas e treze ficaram feridas. As imagens são fortes, eis que mostram o sangue saindo dos corpos de crianças e o atirador tirando a vida de cada uma delas. Dessa forma, o contexto estabelecido permite que aquilo que não foi filmado possa ser construído no imaginário do internauta.

Tal estrutura corrobora com a reflexão de Sodré (2006), quando diz que da mídia para o público não existe apenas a influência normativa, mas principalmente a emocional e sensorial, estimulando, assim, uma extroversão distribuída, na forma de um emocionalismo,

cuja influência sensorial está relacionada com as tecnologias comunicacionais e o aparelho perceptivo dos indivíduos. Destarte, essas ilustrações do acontecimento, imagens que exploram o sangue, têm em sua forma o emocionalismo do qual fala Sodré, é a informação chamando atenção do aparelho perceptivo humano.

h) Marcas da emoção e sensacionalismo

A emoção está presente desde a capa. A tristeza de uma pessoa sempre causa uma reação na pessoa que a observa, a dor sentida pela mulher já antecipa que o infográfico trata de uma tragédia, de dor e de lágrimas. E a mídia é assim, segundo Moraes (2006), usa de símbolos abrangentes, extravasando emoções que suscitam identificações sociais e psíquicas. A expressão da mulher causa imediatamente a identificação de sofrimento.

Falando em sensacionalismo, a ferramenta mais usada nessa infografia foi o recurso a ilustrações do assassino atirando nas crianças. É como se os desenhos representativos da tragédia fossem um espetáculo de sangue e morte. As imagens prendem o leitor para saber o porquê, o como aconteceu, e na sequência aparece uma foto da carta que o assassino teria deixado, elementos usados para desvendar o fato e o tornar ainda mais sensacional. Segundo Angrimani (1995) citando Marcondes Filho, o jornalismo sensacionalista extrai da notícia a sua carga emotiva e apelativa e dessa forma a enaltece. As ilustrações são uma forma de enaltecer o fato do massacre no Realengo. E ainda, a morte dessas doze crianças é vista como um espetáculo. Na relação morte-notícia-telespectador, a morte do outro, segundo Angrimani (1995) citando Baudrillard, é “saboreada como espetáculo”. Assim, na última parte do infográfico, são mostrados *prints* de jornais do mundo inteiro que noticiaram o caso, a repercussão do espetáculo de morte em uma escola do Rio de Janeiro.

4.3.3 Infográfico do site Terra⁹

O último infográfico a ser analisado foi disponibilizado no site *Terra*, um ano após o massacre no Realengo. Este material, assim como o anterior, também se trata de uma infografia estática e interativa. A data de publicação não está presente, mas o título a revela: “1 ano do massacre de Realengo”.

⁹ Disponível em: <http://www.terra.com.br/noticias/infograficos/massacre-de-realengo-1ano/>

imagem, por sua vez, intitulada “a vontade de viver faz a diferença”, aponta para a vítima Luana, que lutou para sobreviver depois de ficar alguns dias no hospital, e hoje enxerga apenas com um olho. O quarto link, intitulado “uma chora e a outra consola”, aponta para as mães que perderam seus filhos no massacre. A quinta imagem recebe o título de “a curta história de um assassino” e, de forma breve, traz uma pequena biografia de Wellington, antes e depois da tragédia; No sexto link, é transcrito depoimento de um dos heróis da tragédia, que lamenta não ter evitado as 12 mortes; e, por fim, na sétima imagem, está disposto um segundo infográfico, que mostra o passo a passo de uma tragédia. São portas de entrada para o conteúdo, a partir das quais o leitor pode escolher com que informações quer interagir e que ordem seguirá para isso. Da primeira até a sexta “janela”, todos os textos são acompanhados de fotos que ilustram o texto e de um vídeo, produzido especialmente para cada tema, e ainda fotos que ilustram o texto.

a) Quanto às leis da cibercultura:

Considerando as leis da cibercultura, esse infográfico se encaixa na primeira, que é chamada de lei da reconfiguração, uma vez que ela revela a transformação das práticas e mesmo das narrativas, sem substituir ou aniquilar as anteriores (outros textos, outras imagens e outras formas de acessar esses textos imagens, ou seja, os meios tradicionais). Isso porque o infográfico selecionado não elimina nem torna invisíveis as reportagens sob o tema. E, ao deparar-se com ele, há, portanto, para o usuário, um potencial de entendimento do que as pessoas continuam passando, mesmo tendo se passado um ano do massacre.

Este infográfico do *Terra* também se encaixa na segunda lei, liberação do polo da emissão, isso porque o que está em jogo é a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pelas mídias tradicionais. A liberação do polo da emissão está presente nas formas de relacionamento social, de disponibilização de conteúdo e na circulação opinativa da rede. O site disponibiliza, logo abaixo do infográfico em questão, uma sessão para comentários, o que faz com que o leitor interaja com o conteúdo, além de ter links em que o leitor pode compartilhar o conteúdo via e-mail, Orkut, Google+, Twitter, ou curtir via Facebook.

b) Quanto aos princípios do hipertexto

Ao se comparar a estrutura desse infográfico com os princípios do hipertexto, pode-se afirmar que princípio da heterogeneidade é aquele que mais se destaca: pode-se encontrar diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, que seriam as imagens, sons,

palavras, diversas sensações, modelos etc., que, como forma, se repetem nas sete portas oferecidas pelo infográfico, e parecem conectados uns aos outros.

Além desse, também percebemos claramente o princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas, no qual o nó ou a conexão, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede. No caso do infográfico do *Terra*, este é composto por uma rede de sete partes, sendo que as seis primeiras compostas por texto, foto e vídeo e a sétima e última por outro infográfico. Destarte, o infográfico do *Terra* é formado por uma rede de elementos.

c) Quanto ao tipo de infográfico

Esse infográfico é independente, pois é o único recurso utilizado para fala sobre questões levantadas um ano depois do massacre. O material está sozinho na página, não é complementado por nenhuma outra informação, não tem uma matéria que o antecede, assim como os infográficos anteriores. Também se trata de uma infografia jornalística, justamente pelo fato de o massacre em Realengo ter sido um fato singular. O conjunto de informações disponibilizado não pode ser usado para lembrar um ano de outro assassinato em uma escola.

d) Visualidade e utilidade

Falando em visualidade e utilidade, essa infografia é definida como visual, justamente por conter imagens gravadas em sua estrutura, ou melhor, por conduzir a leitura por meio de imagens, uma vez que elas representam os links da história. Os vídeos de cada reportagem presente dentro das portas de entrada para cada leitura desse infográfico ajudam a formar sua visualidade, pois, além de texto e fotos, os vídeos ajudam a complementar o que as palavras contam, A união fato e os vídeos concretiza o que foi escrito, é como se as filmagens comprovassem que o que está no texto é verídico e de fato aconteceu.

e) Interatividade

A interatividade com o leitor desse infográfico é ainda maior que a percebida nos anteriores, uma vez que está disponível um espaço para que os internautas registrem seus comentários. Além da possibilidade de registrar sua opinião, o site disponibiliza, para cada comentário publicado, as opções “responder” e “reportar abuso”, além de um ícone representado por duas mãozinhas que representariam o “gostei” e o “não gostei”. Nesse espaço foram registrados 73 comentários e em 98% destes os ícones dessas duas mãozinhas

foram utilizados. Segue abaixo o exemplo de dois comentários postados, um por Manoel Mendes Mello e outro por Jeferson Ramos, pode-se perceber a interatividade que os comentários geram, quem gostou da publicação curtiu, escolhendo a mãozinha de positivo e quem não gostou clicou na de negativo.



Figura 9: Comentários dos leitores – Infográfico site do *Terra*. Disponível em: <http://www.terra.com.br/noticias/infograficos/massacre-de-realengo-1ano/>

Além disso, a estrutura na qual o infográfico está disponibilizado evidencia as redes sociais para compartilhamento (aumentando as opções anteriormente observadas): e-mail, Orkut, Google+, Twitter e Facebook Assim, além de comentar, o leitor pode compartilhar na rede social que utiliza, isso significa maior interação do infográfico e da informação com o usuário.

f) Pirâmide deitada

Na pirâmide deitada, Canavilhas fala de um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si. É assim que funciona esse infográfico, cada porta leva a um texto, os mesmos hiperligados formam todo o infográfico jornalístico.

Colocando esse infográfico dentro dos quatro níveis da pirâmide deitada proposta por Canavilhas, observa-se a seguinte estrutura: logo na primeira parte, que seria a capa do infográfico, é encontrada a unidade de base, que responde às seguintes perguntas: o quê? “uma tragédia que parecia ser restrita ao cotidiano americano”, quando? “Na manhã do dia 7 de abril de 2011”, quem? “Um ex-aluno armado”, e onde? “Escola Municipal Tasso da Silveira”. Essas informações estão claramente dispostas no centro do infográfico, especialmente em forma de texto, escrito pelos jornalistas André Naddeo e Cirilo Júnior.

O nível da explicação, também aparece na primeira tela do infográfico, no centro da estrutura. Lá tem-se o por que: “Um homem isolado na sua loucura buscou no assassinato das crianças justificar fantasmas do seu passado”; e o como: “Atirando contra crianças e adolescentes”.

No nível da contextualização, a informação está na forma dos vídeos que são usados para contextualizar o que está escrito, as imagens foram feitas por André Naddeo, a mesma pessoa que ajudou a escrever os textos. Por último, no nível da exploração, a infografia foi feita principalmente através de depoimentos de pessoas que há um ano presenciaram ou que estão diretamente ligadas ao massacre, manifestações que comporiam os fatores externos usados para a construção da infografia, além dos já mencionados links de compartilhamento e a sessão de comentários, que levam o leitor para fora do infográfico, mas permitem que o conteúdo seja, igualmente, transportado para o exterior do site.

g) Apelos sedutores da narrativa e marcas da emoção

Esse infográfico foi disponibilizado um ano depois da tragédia e teve como objetivo demonstrar como estão as pessoas que de alguma forma participaram do massacre. O tempo que uma pessoa leva para sua leitura vai depender muito das suas opções, ela pode apenas ler o texto, pode assistir aos vídeos, pode escolher apenas uma porta ou pode escolher todas.

Nos apelos sedutores, a questão de escola e das crianças também está presente por se tratar do mesmo fato jornalístico. Entretanto, agora entram elementos nesse infográfico que não estavam presente no anterior. Cada reportagem possui um vídeo, com música de toque leve e triste, e em cada um deles é encontrado uma história do fato, apresentando mães que perderam seus filhos, o menino que se recuperou (mas perdeu a visão de um olho) e o herói que lamenta não ter salvo mais crianças. As fotos também são uma forma de apelo, já que na quinta entrada do infográfico há a imagem de onde o assassino foi sepultado. As imagens, textos e vídeos permitem que seja construída a impressão de que um ano depois do massacre a

dor ainda está presente no cotidiano das pessoas que vivenciaram o dia 7 de abril na Escola Municipal Tasso da Silveira. Ao ler o infográfico, percebe-se a ampliação do evento a partir do olhar dessas pessoas.

Embora o campo emocional desse infográfico possa ser percebido através das fotos, é principalmente nos vídeos que ele se revela, eis que compostos por depoimentos de pessoas que participaram do episódio naquele dia e que, de alguma forma, tiveram suas vidas afetadas por isso. Esse infográfico revela que mesmo transcorrido um ano da tragédia, a mídia ainda usa da dor para fazer notícia. No que concerne à estrutura do material, os links de informação são chamados de portas, que são abertas pelo usuário e por onde a dor guardada pela privacidade de cada personagem da história pode passar. Portas unem informação com emoção. Para Maturana (1998), o homem se compõe no entrelaçamento do emocional com o racional, por isso que a emoção de mostrar as mães chorando e falando um ano depois da tragédia faz com que pareça que tudo aconteceu no dia anterior. O racional já não fala mais nesse infográfico para ceder lugar para o emocional.

h) Sensacionalismo

E é nessa exploração da dor das pessoas que entra o sensacionalismo. Sobre isso, pertinente o questionamento de seria necessário, um ano depois, ir fazer entrevistas e notícias através das mães e familiares que passaram por tanta tristeza? Será que seria necessário mostrar suas lágrimas?

A internet, com a hipermídia, permite ligar texto, imagem e vídeos, porém, esse infográfico busca usar do emocional em cada um desses elementos. O um ano do massacre é, nessa narrativa, usado para mostrar a dor das pessoas que ainda se emocionam ao narrar o acontecimento. Poderia ter sido feita uma contextualização do fato sem utilizar da tristeza de quem ainda não esqueceu o massacre.

AS MÃES

“UMA CHORA E A OUTRA CONSOLA”

4

“As pessoas chegam e falam: ‘nossa, como parece rápido, já vai ficar um ano’. Parece rápido para quem está de fora. Para nós que sofriamos essa perda, é difícil. Minha filha ainda não cede”, relembra dona Nêza. Ainda bastante abalada, dona Nêza da Cruz, mãe de Marina Lorraine Chagas, uma das vítimas do atirador da escola Tasso da Silva, em Realengo, zona oeste do Rio de Janeiro.

Reparar com as mães das vítimas do massacre de Realengo é uma tarefa ingrata com resultados óbvios. “Quando eu vejo aquele barulho da criança chegando da escola, sinto, dá uma sensação de que ela vai apertar”, completa dona Nêza. A reportagem do *Terra* participou de um dos encontros (que se realizam na Associação dos Pais e Amigos dos Amigos de Realengo, grupo formado para manter viva a memória das vítimas, e, sobretudo, para fazer o trabalho de apoio mútuo).

“Uma chora e a outra consola. Tem sido assim a nossa vida”, afirma Jussara Braga dos Santos, mãe de Milena dos Santos, morta no fatídico dia 7 de abril de 2011.

“Uma criança que veio ao mundo com seis meses, que briga pela vida, e aos 13 anos foi embora desta forma bruta. Eu não aceito até hoje. Quem morre de tiro é bandido, minha filha estava onde deveria estar, na sala de aula”, diz Jussara, com lágrimas nos olhos.

Posta próxima com Maria José Silva, mãe de Larissa Silva Martins, também de 13 anos, outra vítima. “Está tudo a mesma coisa. Cada dia que passo penso que o dia aumentou mais. Não consigo ficar dentro de casa. Quando chego às 12h30 (horário em que ela não se chegava da escola) é a coisa mais triste do mundo”, lamenta, acalorada de suas “tequines”, como chamava a filha. “Se Deus sabe, o maior recado para nós conseguimos suprir a ausência.”

Dois das vítimas, Kátia e Milena. Foto: Reprodução

O grupo de pais planejou, além de uma missa de um ano em memória das adolescentes assassinadas, uma cerimônia para chamar a atenção da mídia para que o caso não caísse no esquecimento. O balayê que tanto alarmou o Wellington Martins a partir de sua comentário genocida também é tratado como provocação social. As mães pedem que o parágrafo do *Pão de Açúcar* não seja usado nos rapais cantos, onde poder calar. A bar representa alívio para quem viveu um trauma, sendo poder calmante: “As pessoas não podem esquecer de nossa dor”, relembra dona Nêza. Não mesmo.

“Uma criança que veio ao mundo com seis meses, que brigou pela vida, e aos 13 anos foi embora desta forma bruta. Eu não aceito até hoje. Quem morre de tiro é bandido, minha filha estava onde deveria estar, na sala de aula”

As mães do Realengo
As mães que perderam seus filhos no massacre

Figura 10: Mãe chora em vídeo – Infográfico site do *Terra*. Disponível em: <http://www.terra.com.br/noticias/infograficos/massacre-de-realengo-1ano/>

Dessa forma, o leitor se sente comprometido com a leitura, pois ele está preso ao emocional que o segura. Os espetáculos, o grotesco, as estratégias citadas por Enne são elementos que fazem parte do sensacionalismo. E através da análise dos três infográficos, foram percebidos graus de emoção diferentes em cada um e pitadas de sensacionalismo, que, de uma forma ou outra, tornaram o fato ainda mais sensacional.

No primeiro, a reconstituição em forma de um infográfico de animação revela aquilo que as câmeras não mostraram. Assim, seu emocional e seu apelo consistem em mostrar aquilo que quem estava fora da escola não conseguiu ver. No segundo, a emoção se revela principalmente nos desenhos que estão presentes dentro do infográfico, o atirador na frente da criança com uma arma e do corpo do jovem jorra sangue. Esse tipo de imagem choca o público, uma criança perdendo a vida ali em uma representação artística. E, por fim, este

último infográfico, que, para apelar ao emocional, recorre a vídeos que trazem depoimentos com lágrimas e tristeza de quem presenciou o massacre em Realengo.

Dessa forma, conclui-se que o infográfico obriga o leitor a ir até o fim, o usuário visualiza a infografia e começa sua leitura, mas, para entender todo o conceito e história, é necessário que o material todo seja lido. Parece que se tem liberdade de escolha, mas, pelo contrário, o desejo e a necessidade de chegar ao fim da leitura, de interagir com texto e imagem, obrigada o internauta a continuar. Mas, mais forte do que a continuação da leitura é a interação com o infográfico. Os links conduzem à interação, que, caso não ocorra, implica o fato de que o leitor não terá conhecimento do que está escondido na estrutura do infográfico. Acessar a estrutura proposta é ter acesso à informação, porém, para isso, a interação se faz necessária.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após percorrer os quatro capítulos deste trabalho monográfico, que por sua vez representam todo o esforço de pesquisa até aqui realizado para dar conta do objetivo proposto, algumas apreços são possíveis, especialmente sobre o papel da infografia e sua relação com as marcas utilizadas pelo discurso noticioso e, ao mesmo tempo, cibercultural.

Através das referências bibliográficas, no primeiro capítulo compreendeu-se que o jornalismo, ao longo da sua história e constituição nunca deixou de utilizar do sensacionalismo na construção da notícia. Muitas estratégias são usadas para evidenciar esse sensacional nas notícias e a emoção é parte fundamental deste processo. Por meio dela é que a mídia busca chamar a atenção do público, comprometê-lo de forma superficial, mas intensa, com a informação. Esta é uma prática do jornalismo que já foi amplamente discutida principalmente nos meios mais tradicionais, como a TV, o rádio, o jornal impresso e as revistas. Agora estamos vivenciando um novo cenário, e é observado mesmo que empiricamente que a emoção e o sensacionalismo continuam fazendo parte deste novo cenário chamado webjornalismo. Aliás, parece ainda que se ampliaram as possibilidades de sensacionalizar o chamado jornalismo.

Nesse sentido, antes de pensar o webjornalismo, percebemos a necessidade de nos debruçarmos sob a própria cibercultura. Na rede hipertextual, a informação assume inúmeras formas especialmente se considerarmos as “Leis da Cibercultura”, que segundo Lemos (2003) incluem a “reconfiguração”, “a liberação do seu pólo de emissão” e a “conectividade generalizada”. Além disso, a partir dos autores consultados, compreender que é com a cibercultura que nasce uma nova linguagem, a linguagem hipertextual, que constitui o texto, qualquer texto, de um conjunto de características como, conforme Levy (1993), a “metamorfose”, a “heterogeneidade”, a “multiplididade de encaixes”, a “exterioridade”, a “topologia” e por fim a “mobilidade dos centros”. Portanto, a análise de conteúdos multimídia e on-line só poderia ter sido feita a partir deles. A interatividade também faz parte deste mundo virtual, por meio dela o homem interage com o conteúdo e participa do mesmo, podendo comentar, modificar, compartilhar e até mesmo criar o seu próprio conteúdo na rede.

Seguindo na linha de raciocínio da interatividade conclui-se que o jornalismo vive um momento de convergência. Segundo Longhi (2013), isso se deve em função das mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que provocaram a imprensa tradicional a desenvolver

novas formas de atrair leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de conteúdo.

Nessa nova dinâmica de produzir um conteúdo atrativo para o leitor surge a pirâmide deitada sugerida por Canavilhas, que oferece ao produtor criar um conjunto de textos hiperligados unidos da heterogeneidade de conteúdos, unindo fotos, vídeos, áudios, gráficos e texto. Assim, o jornalista pode montar um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com conteúdos multimídia, permitem inovar o webjornalismo em cada notícia, oferecendo a liberdade de novos caminhos em cada texto. Essa convergência unida da pirâmide deitada oferece ao jornalismo mais liberdade e assim a infografia entra para fazer parte desses recursos estilísticos que inovam na forma de passar conteúdo dentro do webjornalismo. Tornando a informação mais dinâmica e estilística, chamando assim a atenção do leitor.

Por fim, para compreender de que forma a emoção se revela no discurso midiático por meio da infografia, foi realizada uma análise de três infográficos sobre o Massacre de Realengo, ocorrido no dia sete de abril de 2011 na cidade do Rio de Janeiro. As infografias selecionadas, como já foi mencionado e justificado anteriormente, foram retiradas do G1 (que contempla a reconstituição do crime em forma de um infográfico de animação), do O Globo (apresentando um infográfico estático e interativo) e, do Terra (feito para lembrar um ano do massacre, e que também se trata de uma infografia estática e interativa).

Observou-se que a emoção se revela no discurso midiático dos três infográficos analisados. Todos eles utilizam apelos sedutores para chamar a atenção de seu público como: fotos, vídeos, ilustrações e animações. No do G1 a reconstituição revela aquilo que não foi gravado pelas câmeras, o atirador entrando na sala de aula, tirando a vida das crianças. No do O Globo, desenhos são usados para representar o momento em que o atirador está na frente de uma criança, e depois o corpo do jovem e, na infografia do site Terra a centralidade da narrativa está nos vídeos que foram feitos especialmente para este infográfico e são usados para complementar cada notícia nos seis link que constituem o infográfico,

A última consideração a ser feita é a de que a infografia pode se constituir numa ilusão de poder e diálogo para o usuário. Parece que temos a liberdade de escolha, no entanto, os recursos narrativos (apelos) exercem certa pressão sobre os caminhos da leitura, nos conduzindo pelo texto. Neste mesmo sentido, a interação se torna um imperativo, quase uma exigência, uma vez que sem ela não teremos acesso a todas as informações disponíveis. Os links nos obrigam a participar e a acessar o conteúdo proposto, se não houver a interação imposta pelo infográfico o leitor não terá conhecimento do que está escondido na estrutura.

Durante a pesquisa muitas questões problemáticas surgiram, a falta de referências bibliográficas em português ligadas a infografia foi um desafio, outras teorias poderiam ter sido acrescentadas, mas não seria possível dar conta delas nesta pesquisa de conclusão da graduação, mas, poderão ser realizadas outras pesquisas sobre este objeto. Os resultados desta investigação estão em aberto e podem ser revisados. Para dar sequência a esta pesquisa pretendo realizar mestrado e aprofundar ainda mais o tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Sumus, 1995.

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

AMARAL, Ricardo Castilhos Gomes. *Infográfico jornalístico de terceira geração: Análise do uso da multimídia na infografia*. Tese (Mestrado) Disponível em: <http://antiga.posjor.ufsc.br/images/dissertacoes/ricardo.pdf>. Acesso em: 17 maio 2013.

AUGÉ, Marc. Sobre modernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade Midiatizada*. (org.) [Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel]. – Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 99-117.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Trad. de Estela dos Santos Abreu, Cláudio C. Santoro; Revisão técnica Rolf de Luna. – 16. ed., Campinas, SP: Papirus, 2012.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Emoção e tecnologia na comunicação. In: PIMENTA, Marcelo e outros. *Tendências na comunicação 2*. – Porto Alegre: L&PM 1999. p. 148-157.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

BRESSANE, Taís. Navegação e construção de sentidos. In: FERRARI, Pollyana (Org.). *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2010. p. 149-163

CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 06 maio 2013.

_____, João. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 07 maio 2013.

CASTELLS. Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiaticizada*. (Org.) Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 225-231.

CINEL, Fabrizia Bocaccio. Construção digital: documentos e arte. In: PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 147-156

FIGUEIREDO, Suely. *Analisando infográficos*. Disponível em: http://sbpjor.kamotini.ghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/iiisbpjor2005_-_cc_-_tattiana_teixeira_-_suely_figueiredo.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013.

GRADIM, Anabela. WebJornalismo e a profissão de jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder. In: BARBOSA, Suzana. *Jornalismo digital de terceira geração*.

p. 85-97 Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf. Acesso em: 26 maio 2013. p. 85-97.

KASTRUP, Virgínia. *Novas tecnologias cognitivas: o obstáculo e a invenção*. In: PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 38-54

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiaticizada*. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 119-147.

KIRST, Patrícia Gomes, MAZZOCHI, Nílcia Peres. *A fotografia como tecnologia da inteligência*. In: PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 157-168

LEMONS, André. *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, Editora 34, 1999.

_____. *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. *A internet e a crise do sentido*. In: PELLANDA, Nize Maria Campos e PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 21-35

LONGHI, Raquel Rither. *Webnotícia e linguagem hipermídia: como conta o jornalismo online*. Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/files/2012/01/projeto-RAQUEL.pdf>. Acesso em: 26 maio 2013.

MACHADO, Augusto, SANTOS, Layse e Tanaka, Misaki. *O potencial do vídeo interativo nas novas mídias*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0935-1.pdf>. Acesso em: 07 maio 2013.

MATURANA, Humberto. *Emoções e linguagem na educação e na política*. Trad. de José Fernando Campos Fortes. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MORAES, Dênis de. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: _____. *Sociedade midiaticizada* (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 33-49.

NOJOSA, Urbano Nobre. Da rigidez do texto à fluidez do hipertexto. In: FERRARI, Pollyana (Org.). *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2010. p. 69-77

NUNES, Thiane. *Configurações do grotesco: da arte à publicidade*. Porto Alegre: Nova Prova, 2002.

PRIMO, Alex; CASSOL, Márcio. *Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias*. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756>. Acesso em: 07 maio 2013.

PRIMO, Alex. *Quão interativo é o hipertexto?* Da interface potencial à escrita coletiva. Disponível em: [http://www.nuted.ufrgs.br/edu3375_2009_2/links/semana_9/quao_interativo_hipertexto\[1\].pdf](http://www.nuted.ufrgs.br/edu3375_2009_2/links/semana_9/quao_interativo_hipertexto[1].pdf). Acesso em: 7 maio 2013.

RIBEIRO, Caroline Rocha. *Análise da interatividade e multimídia na interface de infográficos multimídia de quatro portais jornalísticos*. Disponível em: http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/2008/2008_carolinarocha_analiseinfograficosmultimidia.pdf. Acesso em: 18 maio 2013.

RODRIGUES, Adriana Alves. *Infografia interativa em base de dados no jornalismo digital*. Tese (Pós-Graduação) Disponível em: <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/03/AdrianaAlvesRodriguesDisserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 18 maio 2013.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. 3. ed. São Paulo: Sumus. 2009.

SELIGMAN, Laura e COZER, Karis Regina Brunetto. *Jornais Populares de qualidade: ética e sensacionalismo em um novo padrão do jornalismo de interior catarinense*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornais-seligman.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2013.

SILVA, William Robson Cordeiro. *O desenho da notícia: uma análise semiótica da infografia do Jornal de Fato*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-william-o-desenho-da-noticia.pdf>. Acesso em: 18 maio 2013.

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.

_____. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade Midiaticizada*. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.

_____. *Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar*. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_2_.tattiana_teixeira.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013.