

3

O jornalismo na era da internet

O campo da visualização de informação, como observamos no capítulo anterior, pode apresentar possibilidades de trabalho bastante vastas. Coube então neste trabalho um recorte mais específico, para fins de análise e direcionamento, que apresentaremos a seguir.

Ao examinarmos a produção e difusão de informação no mundo contemporâneo, notamos que o jornalismo desempenha, ainda hoje, um dos principais papéis no cenário da comunicação. Ele tem sido pioneiro nas transições e evoluções tecnológicas que a sociedade impôs ao longo dos anos, desde a prensa de Gutemberg nos idos de 1439, às impressoras coloridas que povoam os parques gráficos da atualidade juntamente com os inúmeros portais de notícias existentes na internet. Dos tipos móveis, passando pela editoração eletrônica e chegando à web semântica, a evolução do ferramental tecnológico sempre incluiu o jornalismo, ao mesmo tempo, como um dos seus maiores beneficiários e benfeitores.

Da mesma forma, inúmeros veículos de mídia já utilizam a visualização de informação como um diferencial para apresentação de conteúdo a seus leitores/espectadores/usuários.

Assim, entendemos que o enfoque no jornalismo digital é bastante adequado às discussões que essa dissertação propõe. Sabemos que, deste modo, acabam por ficar de fora um universo significativo de outras expressões dadas através da visualização de informação. Entretanto, acreditamos que as análises aqui propostas, voltadas a esse recorte, enriquecerão o campo com mais propriedade do que se partíssemos para uma abordagem mais ampla.

3.1

A transposição da mídia tradicional para as novas mídias

Como ponto de partida, faz-se importante notar a mudança paradigmática no modelo da imprensa - e dos veículos de mídia - a partir do séc. XIX, caracterizada pela digitalização dos processos midiáticos.

Antes, para definirmos o que trataremos como mídia neste trabalho, assumimos a afirmação:

Quando estudamos mídia, nós usualmente temos em mente "mídia comunicacional" e as instituições e organizações, especializadas e distintas, nas quais as pessoas trabalharam: mídia impressa e imprensa, fotografia, publicidade, cinema, radiodifusão (radio e televisão), editoração, etc. O termo também se refere aos produtos culturais e materiais dessas instituições (as formas e gêneros distintos de notícias, cinema e novelas que deram a forma a jornais, livros, filmes, fitas, e discos). (LISTER et al., 2009:9, tradução nossa)

Assim, por processos midiáticos entendemos toda a cadeia de relações que pode ser feita através das organizações e produtos culturais e materiais contemplados na noção de mídia. Ao longo do século XX esses processos se estabeleceram através da chamada mídia de massa: que organiza e distribui produtos e materiais, conteúdos e serviços para a maior parte da sociedade através de diversos veículos. A essa mídia de massa relacionam-se praticamente todos os grandes grupos de comunicação da contemporaneidade. Dito assim, é nítido que mesmo com toda a mudança de paradigma imposta pelas novas mídias (como veremos adiante), os mesmos grupos continuam a serem mandatários nos processos de comunicação - e a mídia de massa ainda é bastante relevante para o contexto da informação.

A relação entre os processos de produção em massa - característicos do período da revolução industrial e dos momentos posteriores - e a mídia de massa orientou a produção de artefatos que pudessem dar vazão aos mais distintos formatos de conteúdo:

As maiores mídias do séc. XIX e do início do séc. XX (impressos, fotografias, filmes e jornais) foram os produtos oriundos não apenas de processos analógicos mas também de tecnologias de produção de massa. Por essa razão, esses objetos tradicionais de mídia deram a forma dos artefatos físicos produzidos em massa que circularam pelo mundo como cópias e *commodities*. (LISTER et al., 2009:17, tradução nossa)

Nesse mesmo contexto histórico, surgiam as primeiras manifestações da cultura computacional. Como Manovich explica:

Em 1833 Charles Babbage começou o projeto de um dispositivo que ele chamou de Máquina Analítica. A máquina continha a maioria das características de um computador digital moderno. Os cartões perfurados eram usados tanto para a entrada de dados quanto para instruções. Essa informação era armazenada na memória da Máquina. Uma unidade de processamento, que Babbage referia como "moinho", executava operações com os dados e escrevia os resultados na memória; os resultados finais eram impressos em uma impressora. A Máquina foi projetada para ser capaz de fazer qualquer operação matemática; não deveria apenas seguir a programação dos cartões, mas poderia também decidir quais instruções executar posteriormente, baseada em resultados imediatos. (MANOVICH, 2001:45, tradução nossa)

Segundo Manovich (2001), "não é de surpreender que as trajetórias da mídia e da computação tenham início quase ao mesmo tempo". Elas foram fundamentais para o funcionamento das sociedades de massa, por um lado, disseminando os mesmos conteúdos, textos, imagens e sons; e por outro garantindo que se pudesse ter registros consistentes de dados como taxas de natalidade, emprego e criminalidade. Dessa forma, Manovich indica:

A mídia de massa e o processamento de dados são as tecnologias complementares de uma moderna sociedade de massa; elas aparecem juntas e se desenvolvem lado a lado, tornando essa sociedade possível. (MANOVICH, 2001:46, tradução nossa)

Mas a partir da metade do século XX esse panorama começou a mudar efetivamente, especialmente com a introdução dos processos computacionais avançados e da digitalização, mudando a identidade das mídias e da computação. O computador deixou de ser uma máquina de cálculos, um controlador de mecanismos ou um dispositivo de comunicação e tornou-se um processador de mídia: sintetizador e manipulador dos mais distintos formatos. (MANOVICH, 2001:48, tradução nossa).

Esse novo momento histórico tem sido chamado de Novas Mídias (*new media*, em inglês) e "representa a convergência de duas trajetórias históricas separadas: tecnologias de computação e de mídias" (MANOVICH, 2011:44, tradução nossa). O novo termo composto é justificado ao pensarmos que ele acomoda pelo menos dois significados importantes: primeiro, o de que essas novas mídias são vistas como um momento épico, - parte de uma mudança maior e global; segundo, que a palavra "novo" carrega consigo uma carga

ideológica positiva do conceito de novidade. Torna-se, portanto, conveniente evitar a composição de um termo exclusivo para determinar um momento histórico ainda pouco definido nas suas manifestações criativas e tecnológicas. (LISTER et al., 2009:10, tradução nossa).

Para Lev Manovich, as novas mídias estão pautadas em cinco princípios:

- **Representação Numérica:** todos os objetos das novas mídias, sejam os nativos da computação ou os convertidos a partir de mídias analógicas, são compostos de códigos digitais; eles são representações numéricas. O que implica que eles podem ser descritos formalmente (matematicamente) e estão sujeitos à manipulação através de algoritmos. (MANOVICH, 2001:49, tradução nossa). É deste princípio que deriva o que usualmente chamamos de digitalização.
- **Modularidade:** todo objeto das novas mídias possui a mesma estrutura modular ao longo da sua composição. Esses elementos de mídia (sons, imagens, formas ou comportamentos) serão combinados, montados em objetos de larga-escala, mas eles continuam mantendo suas identidades separadamente. Pixels, polígonos, vórtices ou *scripts* são como átomos da composição dos elementos de novas mídias. (MANOVICH, 2001:51, tradução nossa)
- **Automação:** a partir da representação numérica e da modularidade dos elementos um objeto das novas mídias agora pode permitir diversas operações automáticas, sejam elas de criação, manipulação ou acesso às mídias. (MANOVICH, 2001:53, tradução nossa)
- **Variabilidade ou Mutabilidade:** igualmente a partir dos dois primeiros princípios, um objeto das novas mídias não é mais algo fixo ou que exista com a mesma forma para sempre, mas ele pode existir em diferentes versões - ou até mesmo infinitas. (MANOVICH, 2001:56, tradução nossa)
- **Transcodificação:** a computadorização da cultura gradativamente avança para todas as categorias e conceitos culturais, fazendo com que haja uma transcodificação a partir da linguagem própria do computador. (MANOVICH, 2001:63, tradução nossa)

Os dois primeiros princípios que Manovich indica (representação numérica e modularidade) são a base para os outros três (automação, variabilidade e transcodificação). A digitalização foi o primeiro passo para a quebra de paradigma, pois ela "cria as condições para imputar grandes quantidades de dados, com muito rápido acesso aos dados e altas taxas de alteração dos dados" (LISTER et al., 2009:19, tradução nossa).

É a partir desse processo de digitalização, que tem estado ao serviço de diversos veículos de mídia, que enxergamos a vasta aplicação da visualização de informação a partir de bases de dados (que dentro do universo das novas mídias são uma espécie de matéria prima) e do foco no jornalismo digital.

As consequências desse movimento de digitalização passam por uma espécie de "desmaterialização" que decorre do processo de representação numérica dos objetos de mídia, sendo separados de suas formas físicas originais. Também, pela compressão de espaço e tempo, possibilitando armazenamento de arquivos comprimidos e acesso de alta velocidade e sem linearidade, possibilitando que a manipulação dos conteúdos aconteça de forma muito mais fácil do que dos seus pares analógicos. (LISTER et al., 2009:18, tradução nossa).

3.2

A velha prática em um novo contexto

Um dos reflexos do pioneirismo da prática do jornalismo é ter que conviver com conceitos, sistemas e tecnologias em desenvolvimento, ajudar a defini-los e desenvolvê-los, seja no modelo de mídia tradicional ou nas novas mídias. Percebemos isso quando propomos definir o termo **jornalismo digital**. Como argumentou Kevin Kawamoto:

Jornalismo digital é um termo difícil de definir precisamente porque pode significar coisas diferentes a pessoas diferentes. De fato, o termo é uma justaposição de velhos e novos conceitos. (KAWAMOTO, 2003:3, tradução nossa)

Com razão, os termos parecem pertencer às dialéticas do velho versus novo, tradicional versus inovador, quase incompatíveis com a proposta de terminologia. As palavras sugerem uma velha prática - o jornalismo - em um novo contexto - o digital (KAWAMOTO, 2003:4). O jornalismo digital é, portanto:

O uso de tecnologias digitais para pesquisa, produção e difusão (ou acessibilidade) de notícias e informações para uma crescente audiência com conhecimentos informáticos. (KAWAMOTO, 2003:4, tradução nossa)

A definição traz consigo uma série de características que, se não são exclusivas do jornalismo digital, carregam consigo propriedades bastante distintas do "velho" jornalismo:

- **Hipertextualidade:** a vinculação de conteúdos (links) e de outras camadas de informação digital se dão através de estruturas hierárquicas não-lineares;
- **Interatividade:** envolve o processo de engajamento humano ou da participação de máquinas na busca e compartilhamento de informações;
- **Não-linearidade:** adota um sistema ordenado de informações flexível e que não necessariamente adere à forma tradicional, cronológica ou de padrões lógicos convencionais para contar histórias.
- **Multimídia:** conjuga o uso de mais de um tipo de mídia no mesmo produto ou serviço.
- **Convergência:** propõe a mistura de tecnologias e serviços historicamente exclusivos ou pontuais.
- **Personalização:** traz a habilidade para moldar a natureza do conteúdo e serviços para necessidades e desejos individuais.
(KAWAMOTO, 2003:4, tradução nossa)

Na verdade, muitas dessas características fazem parte da essência das novas mídias - e o jornalismo digital é talvez uma das mais importantes manifestações que esse conjunto de saberes e tecnologias tem proporcionado. Apesar de algumas delas ainda serem exploradas de forma discreta - é o que acontece, por exemplo, com a personalização de conteúdo pelos muitos veículos digitais para com seus usuários - atualmente já convivemos com praticamente todos esses aspectos nos ambientes e plataformas digitais para consumo de notícias e informações.

De início, a mídia digital tendia a ser redundante, similar às suas contrapartes tradicionais - um jornal online reproduzia reportagens e, em muitos casos, copiava até a aparência gráfica da sua edição impressa - deixando de utilizar o potencial que as novas mídias traziam. As empresas de mídia

amadureceram e há pouco tempo começaram a ter as suas próprias identidades, estilos, estéticas e relacionamentos com suas audiências - distinguindo-se de suas contrapartes não-digitais e até mesmo complementando-as. (KAWAMOTO, 2003:6, tradução nossa)

Os benefícios dessas mudanças são percebidos, entre outros meios, através da evolução da audiência, com usuários mais adaptados ao consumo digital de conteúdo. Como afirma Kawamoto:

Assim que o jornalismo digital amadureceu, muitos consumidores de notícias e informações puderam melhorar suas proficiências em multimídia. Eles tiveram acesso a vídeos digitais e galerias de fotos, *slideshows* com fotos e áudio, reportagens especiais compreensivas e aprofundadas que tinham muito mais informação do que possivelmente poderia conter em um impresso simples ou em uma reportagem para tv, alertas por e-mail sobre notícias urgentes e serviços personalizados de notícias. (KAWAMOTO, 2003:10, tradução nossa)

De certa forma, o jornalismo digital é um dos responsáveis por "educar" os usuários, oferecendo-lhes possibilidades de interação e consumo de informação que estão embutidas no espectro das novas mídias, em multidispositivos. A introdução das "novidades" nesse universo tem no jornalismo digital um aliado importante. Podemos afirmar que a adoção da visualização de informação pelos veículos em ambientes digitais vive um momento ainda inicial, onde a transposição do infográfico estático para o modelo dinâmico, interativo e multimídia é o principal paradigma a ser quebrado.

Mas todo esse esforço de adaptação à nova realidade digital não pode perder sua contraparte "tradicional". É nesse sentido que o **contar de histórias** inerente ao jornalismo está também na base do jornalismo online:

O bom jornalismo, independentemente do meio, ainda está vinculado a contar histórias que são bem pesquisadas, engajadoras, baseadas em fatos, precisas, honestas, equilibradas, cuidadosamente revisadas e propriamente contextualizadas, éticas e legíveis. [...] Há diferentes razões para contar uma história. No jornalismo, usualmente servem para informar e explicar, mas também podem servir para entreter, emocionar, persuadir, desafiar, ou até mesmo encorajar uma resposta comportamental. (KAWAMOTO, 2003:25, tradução nossa)

O contar de histórias (*storytelling*, em inglês) será um critério fundamental nas propostas de visualização de informação que serão feitas a partir do jornalismo digital, como veremos mais adiante. Dadas as restrições de tempo e espaço que são impostas à mídia tradicional, e que não estão presentes na

equação das novas mídias - e por consequência, do jornalismo digital - as indagações sobre o quê, quem, quando, onde e por que (base da apuração factual do jornalismo) podem ser explicitadas com mais profundidade e maior abrangência nesse novo cenário. (KAWAMOTO, 2003:25, tradução nossa)

A noção de contar de histórias é o fio condutor da interpretação e seleção dos dados e sua posterior representação visual através da visualização de informação.

3.3

Sobre a visualização de informação no jornalismo

A visualização de informação aplicada ao jornalismo tem ganhado importância e mais relevância ao longo dos últimos 30 anos. No final dos anos 80 e especialmente no início dos anos 90, ela se estabelece como um importante recurso para o contar de histórias nas redações dos jornais. É o que indica Cairo (2008):

Em meados da década de 80 os diários começaram a incorporar computadores de forma massiva ao processo produtivo. [...] Mas a verdadeira revolução da infografia informatizada estava por chegar. As novas ferramentas e técnicas em visualização de informação foram postas à prova em 1991, durante a primeira Guerra do Golfo. (CAIRO, 2008:53, tradução nossa)

Com as restrições impostas à cobertura jornalística do período da guerra pelo governo Bush (1989-1993), houve uma escassez imprevista de fotografias nos jornais. Com isso, a visualização passou a ocupar as primeiras páginas dos impressos. Do ponto de vista da técnica de representação, foi um grande avanço e uma inesperada exposição. Por outro lado, pelo ponto de vista jornalístico, foi péssimo, pois renegou a visualização de informação a uma posição de não-jornalismo, de mero embelezador das páginas (CAIRO, 2008:55, tradução nossa).

Provavelmente, vivamos um momento parecido, não pela limitação imposta por um governo, dado um determinado conflito bélico, mas pela introdução de novas ferramentas e a abertura de oportunidades de uso da visualização de informação no jornalismo digital, em muitos casos sem critérios de utilização e embasamento adequados. A chegada das novas mídias combinada com ferramentas gráficas avançadas (até mesmo de realidade virtual) passou a pautar a produção de visualização de informação nas principais

redações. Por outro lado, as bases de dados, que nunca foram tão vastas e completas, nem sempre são matéria-prima para a produção de conteúdo visual informativo.

A literatura focada na intersecção entre jornalismo digital e visualização de informação é bastante restrita a alguns artigos e estudos iniciais. Nenhum livro ou publicação tem feito uma análise a partir desse ponto de vista. Então, preferimos abordar neste subcapítulo a relação entre visualização de dados e jornalismo (também considerando o jornalismo não-digital) a partir do chamado "infográfico jornalístico". Para Cairo (2008:21) "um infográfico (ou infografia) é uma representação diagramática de dados", aqui complementado pela visão de Tattiana Teixeira, pesquisadora e professora da UFSC, sobre o infográfico jornalístico:

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

Neste cenário, a visualização de informação jornalística passa a fazer parte do conjunto de gêneros jornalísticos aplicáveis para os diferentes veículos de mídia, vinculado ao sentido de narrar uma história, através da transmissão de informação para o conhecimento e construção do saber. Assim, todo 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 que tenha o propósito claro de contribuir para a construção e consequente compreensão plena desta narrativa. (TEIXEIRA, 2010:33)

Assumindo que o infográfico participa da composição do gênero do jornalismo informativo (o outro gênero é o jornalismo opinativo), ele compartilha essa posição com outros subgêneros, como a notícia, a reportagem e a entrevista (TEIXEIRA, 2010:77). Desta forma, tornando-o "relevante para a construção da narrativa jornalística característica do gênero informativo como outras modalidades clássicas que conhecemos." (TEIXEIRA, 2010:78), o que possibilita assumir que a visualização de informação jornalística pode ser

compreendida como um objeto de comunicação em si, sem a necessidade de outros suportes - mesmo que em muitos casos essas representações não sejam concebidas desacompanhadas de outros recursos narrativos.

Ainda assim, existem outros tipos de infográficos (ou até subcategorias do infográfico jornalístico) que podem ser identificadas. Reproduzimos abaixo o organograma elaborado por Tattiana Teixeira, dividindo os grupos de infográficos:

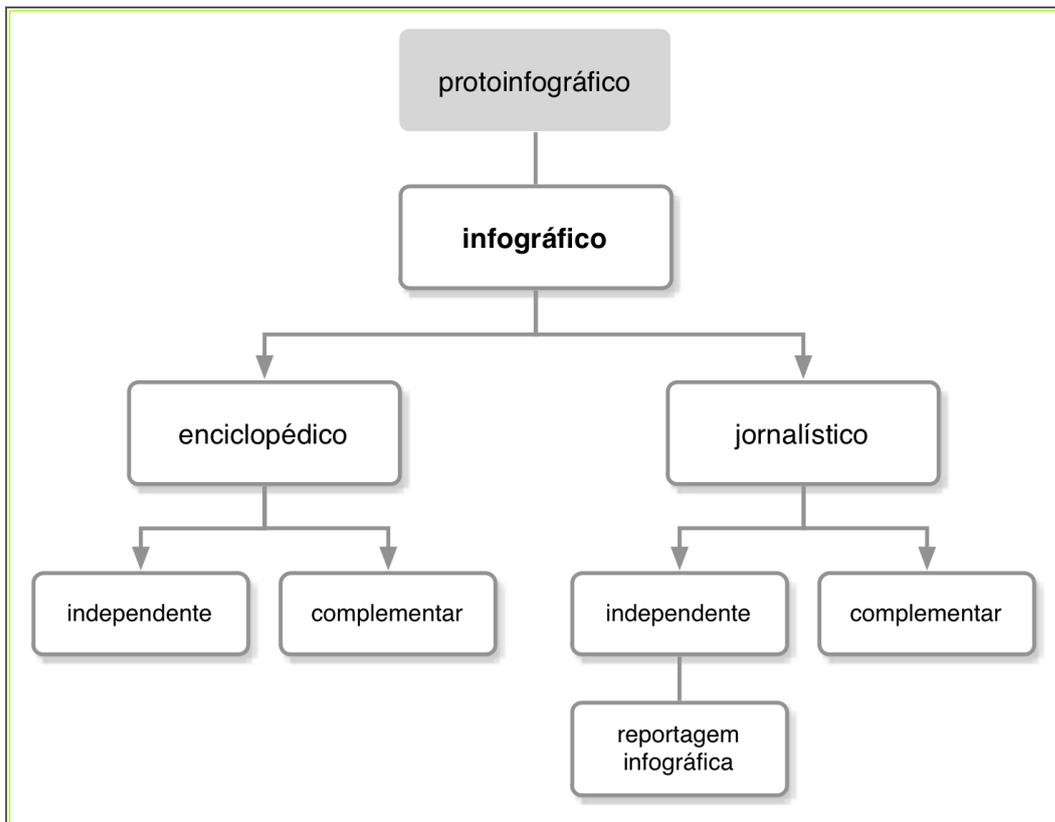


Fig. 07 – Organograma: Os Dois grandes grupos de infográficos (TEIXEIRA, 2010:42)

Como podemos observar, segundo a autora, existem duas principais divisões da infografia: enciclopédica e jornalística. Na divisão enciclopédica estão as visualizações de informação focadas em explicações de caráter mais universal. (TEIXEIRA, 2010: 42). Como ela explica:

Observamos que, na maioria das vezes, os enciclopédicos, por mais que utilizem elementos gráficos de qualidade, são muito semelhantes às figuras que encontramos em livros didáticos, folhetos explicativos, cartilhas ou manuais. (TEIXEIRA, 2010:42)

É nítido que esse caráter enciclopédico irá também se refletir na possibilidade de utilização de bases de dados mais perenes - que mudam pouco

ao longo do tempo - ao invés daquelas dinâmicas, onde a sensação de tempo-real prevalece. Ainda assim, essas visualizações enciclopédicas devem ter comprometimento com a clareza de informação:

Entendemos que mesmo aquelas de caráter enciclopédico costumam cumprir uma função no produto jornalístico que não pode ser menosprezada ou esquecida em nome da estética ou de qualquer outro argumento similar. (TEIXEIRA, 2010:77)

Quarta-feira, 12 de Outubro 2011, 12h46

Os detalhes da estátua do Cristo Redentor

A ideia da construção surgiu em 1921 para a comemoração do Centenário da Independência do Brasil, que ocorreria no ano seguinte
Fonte: www.corcovado.org.br e Guia Eyewitness Travel Brazil. Infográfico: Rubens Paiva e Rodrigo Fortes/AE. Versão online: estado3.com.br

Assine a Newsletter 217 pessoas recomendaram isso. Seja o primeiro entre seus...

PASSE O MOUSE PARA DETALHES DO INTERIOR

PARA-RAIOS
 COM A ALTITUDE, O MONUMENTO SOFRE A AÇÃO DE CHUVAS E DESCARGAS ELÉTRICAS. SOBRE A CABEÇA E NA PARTE DE CIMA DOS BRACOS DA ESTÁTUA EXISTE UMA REDE DE PARA-RAIOS

Mosaico
 Toda a estátua tem um revestimento formado por triângulos de pedra-sabão (tesselas), que são bastante resistentes e tem custo baixo de manutenção. A forma triangular foi escolhida para facilitar a modelagem dos detalhes

Montagem
 AS PEDRAS ERAM FIXADAS UMA A UMA COM COLA EM PEDACOS DE PANO, COM CERDA DE 1M X 50 CM
 DEPOIS, OS PEDACOS DE PANO ERAM FIXADOS COM ARGAMASSA E REJUNTADOS

Tessela em tamanho real
 27 CM
 27 CM
 3,7 CM

NO PEITO
 UM CORAÇÃO, QUE PODE SER VISTO TAMBÉM DA PARTE DE DENTRO DO CRISTO. ELE É REVESTIDO DE PEDRA-SABÃO

ESTRUTURA
 A ESTÁTUA DO CRISTO REDENTOR TEM 30 METROS E É OCA, MAS NÃO É ABERTA A VISITACÃO
 O PESO TOTAL DO MONUMENTO (ESTÁTUA E PEDESTAL) É DE **1.145 toneladas**

MIRANTE
 ESCADA ROLANTE
 ELEVADOR
 ESTACÃO DO BONDIÑO

COMPARE

Etapas da construção
 As obras de edificação do monumento foram iniciadas em meados de 1926

APÓS O NIVELAMENTO DO TERRENO, AS FUNDAÇÕES FORAM ERGIDAS PARA A CONCLUSÃO DA BASE, QUE CONTEM A CAPELA

HISTÓRIA

A ideia
 A ideia da construção do monumento surge em 1921 para a comemoração do Centenário da Independência do Brasil no ano seguinte. Disputaram o Corcovado, o Pão de Açúcar e o Morro de Santo Antônio

Projeto
 Após um concurso, o projeto ficou a cargo do engenheiro Heitor da Silva Costa. O desenho final é de Carlos Oswald e a execução da escultura do francês Paul Landowski. Foi inaugurado em 12 de outubro de 1931

REFORMA
 O monumento passou por 4 meses de reforma no ano passado. Cerca de 30% da superfície da estátua apresentava desgaste. As partes mais danificadas eram as extremidades, como cabeça e mãos. As manchas e pichações foram removidas com jatos de água. E com argamassa, foram eliminadas as rachaduras e fissuras. Na fase final as tesselas foram recolocadas

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Fig. 08 - Exemplo de infográfico enciclopédico publicado pelo jornal Estadão¹² mostrando detalhes da construção do monumento ao Cristo Redentor no Rio de Janeiro.

¹ Disponível em <<http://www.estadao.com.br/especiais/os-detalhes-da-estatu-do-cristo-redentor,149250.htm>>. Acesso em 14 jan 2012.

Já a divisão jornalística "se atêm a aspectos mais próximos da singularidade dos fatos, idéias ou situações narrados" (TEIXEIRA, 2010:47). A busca pelo que é específico, pela clareza e nitidez dos aspectos singulares da informação são características fundamentais na construção desse tipo de visualização. Como afirma a autora, "no jornalismo infográfico, a especificidade, portanto, a singularidade é a sua razão de ser, é o cerne da narrativa que ele traz em destaque" (TEIXEIRA, 2010:48).

Singularidade essa que, em muitos casos, alia-se à narrativa factual e instantânea nas novas mídias no ambiente jornalístico. É nesse cenário que acreditamos que a visualização de informação a partir de bases de dados tem grande relevância, agregando às histórias recursos visuais para interpretação e conhecimento, com múltiplas possibilidades de interação e diferentes graus de detalhamento do conteúdo.

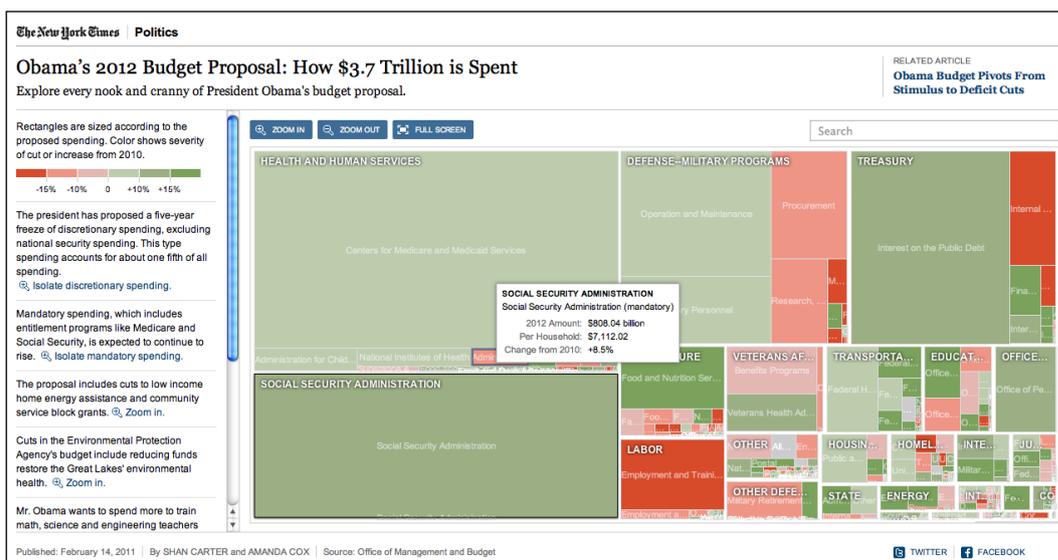


Fig. 09 - Exemplo de infográfico jornalístico publicado pelo The New York Times¹³ cobrindo o detalhamento das despesas da proposta de orçamento do governo americano para 2012.

Há ainda que destacar as subclasses do infográfico, sejam eles enciclopédicos ou jornalísticos. Segundo Tattiana Teixeira, "uma vez definido como jornalístico ou enciclopédico, o infográfico pode ser dividido em complementar e independente." (TEIXEIRA, 2010:52)

A visualização de informação **jornalística complementar**, trata de representações que estejam diretamente vinculadas a determinada notícia ou

¹³ Disponível em <<http://www.nytimes.com/packages/html/newsgraphics/2011/0119-budget/>>. Acesso em 14 jan 2012.

reportagem, sendo uma espécie de apoio para a compreensão e permitindo uma melhor contextualização do assunto, de forma que:

[...] costuma ser indispensável à matéria, sobretudo quando é capaz de trazer esclarecimentos que se tornariam maçantes ou confusos se - para explicá-los fosse usada a narrativa jornalística textual e convencional. Além disso, costuma ser feito a partir de uma ação conjunta de repórteres, editores e equipe de arte, tendo em vista a especificidade das informações que encerra." (TEIXEIRA, 2010:53)

Já a visualização **jornalística independente** é considerada "uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos, que, em conjunto, compõem um infográfico complexo". (TEIXEIRA, 2010:56)

Em outra camada desse subgênero está a **reportagem infográfica**. É onde a visualização de informação pode ser considerada um elemento de comunicação autônomo, tornando-se um tipo de narrativa que permite incluir todas as formas de mídia necessárias. Vale lembrar que a qualidade da informação está relacionada a uma série de fatores:

"[está relacionada] à escolha das fontes, à capacidade de seleção das informações e ao tipo de narrativa adotado, uma vez que, ao contrário da notícia tradicional, a reportagem permite diferentes estruturas, a depender da opção editorial da publicação, além de uma ênfase maior nos recursos descritivos." (TEIXEIRA, 2010:56)

Através da aproximação da visualização de informação a outros gêneros jornalísticos, afastamos aquelas representações meramente visuais, com o argumento de que o infográfico "não pode ser construído de maneira aleatória ou que privilegie a estética ou os recursos tecnológicos em detrimento da informação jornalística" (TEIXEIRA, 2010:34). Ainda de acordo com a autora, a concepção dessas representações deve vir "a partir de uma ação conjunta de jornalistas e designers que devem focar não na beleza de uma página, mas na qualidade, na precisão e na clareza informativas, como um todo". (TEIXEIRA, 2010:41).

Para Alberto Cairo há duas correntes de construção de visualização de informação na atualidade. Uma é a que ele chama de **infografia estetizante**, que enfatiza o aspecto da apresentação e o peso visual de um gráfico. Essa corrente prioriza a visualização de informação como um elemento ornamental e informativo ao mesmo tempo, às vezes até permitindo que a estética prejudique

a compreensão das histórias e, conseqüentemente, levando à inadequada comparação entre infografia e ilustração. Ainda segundo ele, essa é a corrente predominante na visualização de informação jornalística na atualidade. (CAIRO, 2008:29, tradução nossa)

A outra corrente, na visão do autor, é a **infografia analítica**, onde a utilização de bases de dados, ferramentas e técnicas herdadas da visualização e diagramação científicas são incorporadas às redações jornalísticas através de profissionais especializados. Nessa corrente, a visualização de informação jornalística vira um suporte à compreensão, procurando trazer à tona e evidenciar informações em massas de dados complexas. (CAIRO, 2008:29, tradução nossa). É nesta segunda corrente que a Pesquisa Assistida por Computador (*CAR*, sigla de *Computer-assisted Research* em inglês) foi introduzida ao jornalismo digital:

O impacto no jornalismo da pesquisa assistida por computador, tem sido significativa. De forma sucinta, a *CAR* não apenas aumentou o poder dos jornalistas para fazer seu trabalho melhor com análises inovadoras e ferramentas tecnológicas, mas também permitiu que não-profissionais - como repórteres amadores e o público em geral - tivessem acesso e pudessem analisar informações por eles próprios, sem precisar de um intérprete ou intermediário entre eles e um conjunto específico de dados. (KAWAMOTO, 2003:20, tradução nossa)

Mesmo assim, é importante dizer, os recursos de pesquisa assistida ainda são utilizados muitas vezes apenas no ambiente interno das redações - poucas iniciativas de abertura de bases de dados jornalísticas ou até mesmo de representações visuais que usem bases dinâmicas são encontradas.

Em relato de Cairo (2008), temos uma amostra de como ocorre a integração entre redações orientadas à produção de visualização de informação a partir das novas mídias. Ele apresenta o caso do jornal americano *The New York Times*:

Entre 2006 e 2007, o *TNYT* integrou suas operações de Internet e Impresso, o que significa que os repórteres de ambos meios participam, em graus diferentes, na criação de conteúdos multiplataforma. [...] Alguns departamentos adicionais são fundamentais para entender como o *TNYT* produz atualmente visualizações interativas de informação: a seção de multimídia (vídeo, áudio para a Web), o chamado *interactive news technology department* (projeto de aplicações), e a seção de *computer assisted reporting* (especializada em bases de dados). (CAIRO, 2008:87, tradução nossa)

Esse tipo de estrutura multidisciplinar representa parte do espírito necessário para endereçar as questões da representação de dados complexos em visualizações de informação. A ausência de formação específica tanto nas áreas de jornalismo, como no campo do design e da computação pode justificar a composição de equipes com profissionais de áreas tão distintas. Há a necessidade de formar um profissional com um olhar diferenciado, pois "o infografista não é um ilustrador. Essa é uma primeira demarcação importante a ser feita, ele é um repórter que explica com linguagem que usa recursos visuais." (RINALDI, 2006 apud TEIXEIRA, 2010:67). É necessário que haja uma adequação ao currículo dos cursos de jornalismo - e de design também - como afirma Teixeira:

Enquanto teóricos e profissionais experientes apostam no crescimento do uso da infografia nos veículos jornalísticos, sobretudo nos online, a formação profissional de infografistas ainda não está estabelecida de forma consolidada nos cursos de Jornalismo, ao menos no Brasil. (TEIXEIRA, 2010:67)

Assim, acreditamos que há muito por fazer nessa área, seja na formação de profissionais com perfil orientado à construção de visualizações de informação para o jornalismo, seja na composição de equipes integradas, onde a representação visual aproveite todo o potencial das novas mídias de forma natural, e não a partir de transposições ou adaptações sobre outras mídias.

É evidente que as melhores infografias não são feitas por uma só pessoa, mas parece-nos claro que todas aquelas envolvidas na produção de um infográfico devem ser capazes de entender a relação indissociável entre imagem e texto de uma forma que vá além do conhecimento superficial. (TEIXEIRA, 2010:69)

É desta relação indissociável entre imagem e mensagem que trataremos no próximo capítulo.