

## Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar

Tattiana Teixeira

**Resumo:** Este trabalho pretende fazer um levantamento das metodologias de pesquisa empregadas no estudo da infografia – em especial a multimídia ou interativa. O objetivo é fazer uma análise que seja capaz de apontar as estratégias adotadas e indicar caminhos metodológicos possíveis para compreender a complexidade da infografia enquanto modalidade jornalística – um objeto ainda pouco estudado em nosso país. Como base para a discussão acerca de metodologias de pesquisa utilizaremos Gil (2002), Yin (2005) e Santaella (2001). Como referências, os livros de Peltzer (2001), Valero Sancho (2001), Salaverría (2005a e 2005b), Díaz Noci (2003), além de artigos publicados em periódicos científicos.

**Palavras-chave:** jornalismo, infográficos, multimídia, metodologia de pesquisa, jornalismo digital.

### 1. Introdução

Embora autores como Peltzer (2001) apontem que o primeiro infográfico da imprensa mundial foi publicado em 1806 – pelo londrino The Times – o uso desta modalidade discursiva tornou-se de fato significativo a partir da década de 80, especialmente com a revolução gráfica promovida pelo jornal USA Today. De acordo com Stovall (2004:132), outros veículos impressos já haviam utilizado os infográficos antes, a exemplo do Chicago Tribune, mas foi o USA Today que efetivamente inovou ao valorizar o design editorial e fazê-lo com base em sucessivas pesquisas de opinião que visavam atingir seu público-alvo, sobretudo através dos recursos gráficos de qualidade – o que inclui seus famosos mapas do tempo que se tornaram referência para publicações de todo o mundo. Para o mesmo autor,

“Graphics journalism combines words and images to present ideas and information in ways that cannot be accomplished by text or illustrations alone. The best graphics journalism helps viewers understand – and picture – the information. It gives insights into the topic. And it opens up the

possibility that viewers will find meanings and interpretations beyond those intended by the journalists” (Stovall, 2004:130)

Apesar dos mais de 20 anos que marcam o início do uso sistemático da infografia pela imprensa, podemos afirmar que as pesquisas que têm tal recurso informativo como objeto ainda são raras e esparsas. Se esta constatação vale para os impressos, o mesmo se pode dizer sobre os chamados infográficos multimídia, também conhecidos como infográficos animados. Eles costumam ser citados em trabalhos que versam sobre o jornalismo digital, de um modo geral, mas ainda são poucos os pesquisadores que o estudam efetivamente. Se para o impresso há pelo menos quatro livros que podem ser considerados de referência – Peltzer (2001), Sancho (2001), DePablos (1998), Stovall (1997) – para os infográficos multimídia a abordagem acaba se dando ainda de forma tangencial, sobretudo a partir do “como fazer” e não, necessariamente, do “entender”, essencial para um trabalho de pesquisa de qualidade. Isto pode ser explicado pela própria novidade que o recurso ainda representa – vale lembrar que a *Society of News Design* (SND) apenas começou a premiar os raros infográficos desta natureza no final dos anos 90 (Salaverria e Cores, 2005:158).

Vale ressaltar que evolução efetiva que os infográficos multimídia têm registrado e que apontam para uma forma cada vez mais complexa de fazer e pensar o jornalismo na Internet. Se, no impresso, usar este recurso implica em superar uma série de limitações – técnicas e de espaço, inclusive – na web alguns destes impedimentos se diluem na própria característica do suporte. Ou seja, se para o impresso a ausência de pesquisas e, inclusive, de Cadeiras específicas nos cursos de Jornalismo, aponta para um certo descompasso que faz com que teoria e prática não se coadunem no dia-a-dia das redações e da produção da infografia – e aqui nos referimos especificamente ao caso nacional – o mesmo parece estar acontecendo com os infográficos multimídia e uma forma de se observar isto é a simples navegação pelos principais portais brasileiros de notícias que ou compram infográficos de agências como a AFP ou BBC ou os produzem de modo ainda bastante rudimentar, sem atentar, inclusive, para o que a plataforma pode oferecer em termos de qualidade informacional e recursos, tais como as animações em 2D e 3D, além de áudios e vídeos, por exemplo.

Como ilustração vale citar o caso do Universo On Line (UOL) que, em julho, publicou uma série de infográficos sobre as modalidades esportivas que seriam

disputadas durante os Jogos Pan-Americanos. Observemos a seqüência de um deles, sobre Hóquei na Grama.

HOME | O ESPORTE | BRASILEIROS | TABELA INFOGRÁFICO

FIRT

UOL BANDA LARGA MODEM GRATIS



### Hóquei na grama

Uma das modalidades coletivas mais rápidas, o esporte chegou a breçar avanços tecnológicos para evitar que o jogo se tornasse muito violento – acusação recorrente da disputa no gelo.

INICIAR

© UOL/Graphic News

HOME | O ESPORTE | BRASILEIROS | TABELA INFOGRÁFICO

FIRT

UOL BANDA LARGA MODEM GRATIS

### Hóquei na grama

**O jogo**  
Esquema tático - os 11 jogadores são escalados como no futebol, e seu posicionamento pode variar. O esquema mais usado é o 4-3-3.



3 Atacantes (direito, esquerdo e centroavante)  
3 Meias (direita, central, esquerda)  
2 Laterais  
2 Zagueiros centrais  
1 Goleiro

Linha de fundo  
Linha de 23 m  
Linha de 16 m  
Linha de 7 m - Pênalti

**Uniforme**  
Homens: camisa e calção.  
Mulheres: short ou short-saia.

Meião, caneleiras e tênis não podem ser brancos (cor da bola).

PRÓXIMO

PATROCINADOR  
**FIRT**  
UOL BANDA LARGA  
MODEM GRÁTIS

HÓQUEI NA FRAMA

HOMEM | O ESPORTE | BRASILEIROS | TABELA | INFOGRÁFICO

Hóquei na grama



**Córner curto**  
Jogada de ataque em caso de faltas intencionais ou dentro da área demarcada pela linha de 23 metros, pontilhada.  
Um jogador do time que sofreu a falta tem a saída de bola a partir da linha de fundo, de onde saião, também apenas quatro defensores do time adversários, além do seu goleiro.  
O jogador com a posse de bola deve obrigatoriamente passar a bola a um companheiro que esteja fora da linha dos 16 metros, parar a bola, e só então armar o ataque.  
Esse é o tempo para que a defesa se posicione. Os demais jogadores devem permanecer atrás da linha de meio de campo.

ANTERIOR    VER NOVAMENTE

PATROCINADOR  
**FIRT**  
UOL BANDA LARGA  
MODEM GRÁTIS

HÓQUEI NA FRAMA

HOMEM | O ESPORTE | BRASILEIROS | TABELA | INFOGRÁFICO

Hóquei na grama



Aos jogadores, requer habilidade no controle da bola, agilidade em campo e trabalho em equipe. Cada partida é dividida em dois tempos de 35 minutos.  
Os jogadores não podem erguer a bola acima da altura do ombro – com exceção do goleiro ou de situação de perigo de gol, com o único intuito de defesa. Nenhum jogador, nem mesmo o goleiro, pode encostar na bola.

**Regras**  
Cada infração dá direito a um tiro livre do lugar onde a falta foi marcada. Para as punições, existem três cartões:

- Verde** – que corresponde ao cartão amarelo no futebol
- Amarelo** – em caso de falta grave ou reincidência do verde; o jogador que recebe o cartão amarelo é afastado de jogo – mínimo de 5 minutos de suspensão, e não pode ser substituído durante a ausência. Diferentemente do futebol, o cartão amarelo não é acumulativo
- Vermelho** – expulsão

ANTERIOR    PRÓXIMO

PATROCINADOR  
**FIRT**  
UOL BANDA LARGA  
MODEM GRÁTIS

HÓQUEI NA FRAMA

HOMEM | O ESPORTE | BRASILEIROS | TABELA | INFOGRÁFICO

Hóquei na grama



**Chute a gol**  
Só pode ser feito dentro da área demarcada pela linha pontilhada de 23 metros.

**Pênalti**  
Para infrações cometidas dentro da área demarcada pela linha de 16 metros. É cobrado da linha de 7 metros, o jogador deve dar um passo para empurrar a bola ao gol.

**Infração**  
Quando é marcada uma infração, o time que a sofreu tem direito a um tiro livre do lugar onde esta foi cometida. No entanto, se a falta acontecer dentro da área de chute, ou se tratar de uma falta intencional da defesa, atrás de sua linha de 23 m, é marcado um córner curto.

Taco é feito em fibra de vidro ou carbono



ANTERIOR    PRÓXIMO

Disponível em: <http://pan.uol.com.br/pan/2007/modalidades/hoquei/infografico.jhtm>

A relação imagem texto é totalmente desequilibrada e não há nenhum recurso dinâmico ou multimídia no projeto, exceto os botões ao final de cada quadro que permitem ao internauta passar de uma *figura* a outra. São ilustrações estáticas que poderiam ser produzidas para qualquer veículo impresso, ou seja, fogem totalmente às características intrínsecas à linguagem do jornalismo na Internet. O mesmo acontece com os infográficos que versam sobre as outras 41 modalidades disputadas no torneio pan-americano. Trata-se, portanto, de um exemplo contemporâneo - que poderia ser

produzido em um espaço de tempo muito superior àquele destinado à cobertura das chamadas *hard-news* – e que vai de encontro ao que defendem Salaverría e Cores (2005:154-155) quando afirmam que:

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

Salaverría afirma que este tipo de infografia é, sem sombra de dúvidas, o gênero de vanguarda no uso tanto da hipertextualidade quanto de recursos multimídia e, inclusive, da interatividade que, de acordo com o autor, está cada vez mais presente nesta modalidade. (2005:166-167).

No caso do Uol, o que vemos de forma bastante freqüente é o modelo de composição classificado por Ribas (2006), como “transposição do impresso (imagem estática)”, longe, portanto, do que a mesma autora classifica como “expressão mais adequada a uma retórica webjornalística”.

Ainda que se possa argumentar que a ausência de interlocução entre a Academia e o mercado não impediram os profissionais brasileiros de serem premiados internacionalmente pela produção de infográficos para veículos impressos e até na Web, certamente não há como negar que esta falta prejudica a formação de novos quadros e o próprio aperfeiçoamento desta prática, o que só traria benefícios ao jornalismo, ao jornalista e, conseqüentemente, ao público-alvo destas publicações. Partindo de tal premissa, este estudo preliminar pretende avaliar como a pesquisa da infografia tem se desenvolvido, sobretudo no Brasil, que metodologias têm sido utilizadas e os principais resultados alcançados. Trata-se de uma primeira versão que certamente será aperfeiçoada com o desenvolvimento dos trabalhos junto à Rede Brasileira de Pesquisa em Jornalismo Digital, da qual fazemos parte.

## **2. À procura de um objeto e de uma metodologia**

A análise proposta neste trabalho – até pelo seu caráter preliminar – estará centrada essencialmente em livros e artigos publicados nos periódicos científicos disponíveis no Portal da Capes e aqueles de circulação nacional e atinentes à área de

Comunicação. Também se realizou uma busca simples na Plataforma Lattes a fim de localizar pesquisadores que desenvolveram trabalhos sobre infografia jornalística – tanto impressa quanto multimídia. Teses e dissertações em andamento foram descartadas, assim como aquelas já defendidas cujo acesso tornou-se inviável, quer seja pela greve dos funcionários de universidades federais que impossibilitou a maioria das aquisições via Comut e/ou pela dificuldade de localizar seus autores.

O que se constatou é que a bibliografia sobre os infográficos impressos pode ser considerada razoável, sobretudo no que tange a número de títulos publicados nos Estados Unidos, na França, em Portugal e na Espanha – no Brasil não há nenhum livro sobre o tema, incluindo traduções. O mesmo não se pode dizer da infografia multimídia que costuma ser citada em estudos mais amplos sobre jornalismo digital, em especial em capítulos dedicados às discussões sobre os gêneros jornalísticos no cibermeio.

Em ambos os casos, o que se pode perceber é que os livros e os capítulos de livros sobre infografia, em especial os de Peltzer (2001), Valero Sancho (2001), DePablos (1999), Salaverría (2005a e 2005b) e Stovall (1997 e 2004), evidenciam estudos que se caracterizam por serem exploratórios, ou seja, “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (Gil, 2002:41). Já em termos de procedimento, destaca-se a pesquisa bibliográfica que corrobora os conceitos e hipóteses desenvolvidos pela maioria destes autores.

Na obra de Valero Sancho, por exemplo, há também um nítido caráter descritivo, o que o leva a propor uma classificação tipológica dos infográficos, com base nos elementos que os compõem, tanto no que tange à forma quanto ao que ele chama de características qualitativas. No texto que escreve especificamente sobre o que chama de infografia digital, ele a define, inicialmente, como:

“una aportación informativa, en la mayoría de los casos sucesiva, que se elabora en las publicaciones digitales, básicamente visuales, pero también audiovisuales, realizada mediante unidades elementales icónicas (estáticas o dinámicas), con el apoyo de diversas unidades tipográficas y/o sonoras, normalmente verbales” (2003:556)

A partir deste conceito, faz o que chama de *radiografía da infografia digital*, a partir da interatividade, movimento, hipertexto e desenho infográfico. Na seqüência, tal como fizera com a infografia publicada em veículos impressos (2001), propõe a

separação tipológica em coletivas e individuais. Ao fazer isto, o autor também propõe uma revisão da classificação que ele mesmo fizera, em 1999 e em 2001, tomando como base a realidade dos infográficos impressos. Por fim, 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).

Como os principais autores utilizam como método a pesquisa bibliográfica, naturalmente há um diálogo entre eles. Valero Sancho cita com frequência DePablos. Já Salaverría não apenas cita como contesta alguns dos conceitos defendidos por Valero Sancho. E, embora haja uma evidente aproximação metodológica entre os autores aqui pesquisados, Valero Sancho é o único que propõe uma tipologia para compreensão dos infográficos digitais, mas com base em uma realidade de certo modo já distante, tendo em vista os evidentes avanços do jornalismo desde 2003.

Em um dos capítulos de “Cibermedios – el impacto de Internet en los medios de comunicación en Espana”, Salaverría e Cores (2005a:150-151) classificam a infografia como uma modalidade do gênero informativo, ao lado de notícias e dos dados brutos estruturados mediante base de dados, o que vai de encontro ao gênero visual, defendido por Valero Sancho. Além disso, contestam o conceito utilizado pelo professor da UAB, explicando que o termo infografia digital é impreciso na medida em que mesmo em veículos impressos elas são digitais porque são elaboradas a partir de recursos digitais, como os computadores, por exemplo. Assim, preferem o termo infografia multimídia e defendem que “el infográfico multimídia supone un hipertexto en sí mismo, independientemente de la estructura en la que aparezca incardinado” (2005a:157).

De certo modo, pode-se afirmar que este trabalho de Salaverría e Cores também se vale de alguns pressupostos do estudo de caso, compreendido aqui em sentido amplo, ao aterem-se, em sua análise, à realidade da Espanha e de seus veículos jornalísticos. Já Valero Sancho (2003) segue caminho semelhante, ainda que de forma incipiente, quando analisa o que classifica como alguns modelos de infografia digital, a saber: guerras, eventos esportivos, estudos documentais, catástrofes e acidentes e eleições diversas. Esta metodologia pode ser uma das aplicáveis à pesquisa exploratória, assim como a pesquisa bibliográfica (Gil,2002). Robert Yin (2005: 29-30), considerado um dos maiores especialistas neste tipo de trabalho, ressalta que “(...) os estudos de caso (...) são

generalizáveis a proporções teóricas, e não a populações ou universos. Nesse sentido, o estudo de caso, como o experimento, não representa uma “amostragem”, e, ao fazer isto, seu objetivo é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística)”.

### **3. A validade do estudo de caso e sua prática**

Fazer ciência – e pesquisa, por extensão - significa satisfazer a necessidades tanto de cunho intelectual quanto de caráter prático, ou seja, que visem melhorar o modo como se faz ou se interpreta algo. De acordo com Gil (2002:17),

“tem sido comum designar as pesquisas decorrentes desses dois grupos de questões como ‘puras’ e ‘aplicadas’ e discuti-las como se fossem mutuamente exclusivas. Essa postura é inadequada, pois a ciência objetiva tanto o conhecimento em si mesmo quanto as contribuições práticas decorrentes desse conhecimento”

Por outro lado, Santaella (2001:103), explica a importância da ciência para a descoberta e a compreensão de determinados fenômenos, ressaltando que

“uma vez que a ciência busca, mais do que a mera descrição dos fenômenos, estabelecer, através de leis e teorias, os princípios gerais capazes de explicar os fatos, estabelecendo relações e predizendo a ocorrência de relações e acontecimentos ainda não observados, o conhecimento científico não pode ser alcançado através da inocência” (2001:109)

Levando-se em consideração tais pressupostos e o que já foi discutido até aqui sobre os estudos acerca da infografia multimídia, defendemos que uma forma adequada de construir teoria sobre este objeto – proporcionando, inclusive, uma prática mais eficaz e menos empírica nas redações – é através do estudo de caso, aplicado em toda a sua complexidade.

Apesar das críticas que este tipo de método ainda sofre em algumas áreas das ciências sociais, é inegável que ele pode ser a estratégia de pesquisa mais adequada, a depender dos objetivos a serem alcançados, como ilustra Yin (2005). A defesa da adoção do estudo de caso, aqui, deve-se ao fato desta metodologia favorecer 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.



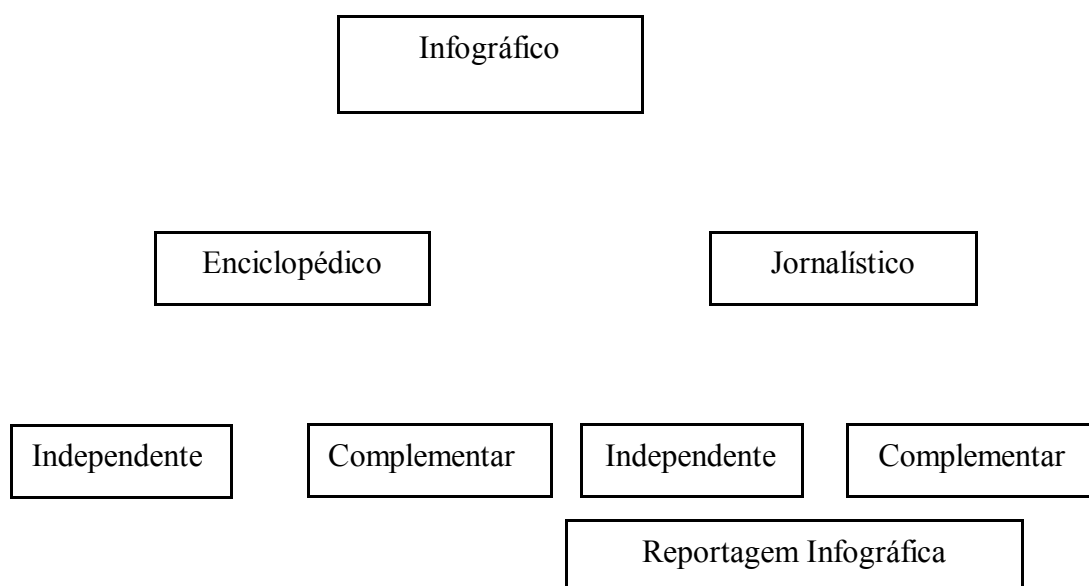
Como observamos, as pesquisas sobre a infografia – em especial a multimídia - ainda estão em um patamar bastante embrionário. O estudo de caso pode, portanto, auxiliar na evolução ao tomar como referência aquilo que já se está produzindo em veículos importantes como El Mundo, Clarin, El País e The New York Times, por exemplo, e auxiliar efetivamente na construção de conceitos sólidos que possam apontar para a compreensão do objeto e o seu aperfeiçoamento contínuo e de forma sistemática.

No Brasil, esta metodologia é bastante aplicada nos poucos trabalhos aqui desenvolvidos, em diferentes níveis. Há pesquisas sobre o uso da infografia na Guerra do Iraque, de Carolina Calomeno Machado, que utiliza o estudo de caso, aliado a métodos de natureza semiótica e outros sobre o uso deste recurso em revistas de grande circulação como a Veja. Esta metodologia, portanto, pode tomar como unidade-caso tanto veículos quanto episódios como a infografia na cobertura do Pan-2007, nas eleições presidenciais ou em catástrofes naturais, como terremotos. Pode ser, assim, único ou múltiplo, o que, aliás, costuma ser mais recomendado na medida em que, como explica Yin (2005:69), “as evidências resultantes de casos múltiplos são consideradas mais convincentes, e o estudo global é visto, por conseguinte, como algo mais robusto”.

Aplicamos esta metodologia no estudo dos infográficos desde 2004, quando começamos a desenvolver a pesquisa “O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro”. O foco de análise são as revistas Superinteressante, Saúde e Ciência Hoje. Os resultados obtidos permitiram compreender e teorizar sobre a natureza jornalística do infográfico e propor uma tipologia que ultrapassa questões morfológicas e procura entender a natureza de infográficos distintos veiculados nestes e em outros jornais e revistas (Teixeira 2004, 2005, 2006 e 2007).

Em função dos bons resultados obtidos, pretendemos dar continuidade a esta pesquisa, desta vez tomando como objeto os infográficos publicados no Portal UOL, em especial na seção Ciência e Saúde. Como ponto-de-partida adotaremos o conceito de infográfico de Valero Sancho e testaremos a tipologia por nós proposta para os impressos, tentando compreender as diferenças que há entre estes e os infográficos publicados no ambiente digital-multimídia, conforme o quadro abaixo:

Protoinfográfico
------------------



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

Ambos os grupos estão divididos em independente e complementar. Como os próprios nomes já sugerem, o segundo diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, neste caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão do leitor, possibilitando a contextualização mais detalhada. Na maioria das vezes, os enciclopédicos complementares, por mais que utilizem elementos gráficos de qualidade, são muito semelhantes às figuras que podemos encontrar em livros didáticos, folhetos explicativos, cartilhas ou manuais de qualquer natureza.

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

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

Os jornalísticos independentes são raros. Aparecem como uma forma totalmente diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto, compõem um infográfico complexo. Neste grupo enquadramos o que chamamos de reportagem infográfica. Compreendemos o termo como um tipo de narrativa na qual há um texto principal que funcionaria como a introdução de uma reportagem, seguido por infográfico ou infográficos. Neste caso, nem infográfico, nem texto podem ser pensados de forma autônoma porque um foi concebido para estar diretamente associado ao outro e fazem parte de um só conjunto discursivo que passa ao largo de uma mera relação de complementaridade.

Para cunhar tal termo, como já explicamos em trabalho anterior (Teixeira, 2005), partimos do pressuposto que a reportagem – enquanto modalidade do chamado gênero jornalístico interpretativo ou informativo, a depender do autor – pode ser definida como o texto capaz de proporcionar a contextualização em profundidade - ou seja, com maior ênfase no particular - de um acontecimento ou de aspectos específicos de um tema da atualidade – ou a ela relacionado quer por fatores históricos, políticos e/ou sociais -, oferecendo ao leitor um tipo de conhecimento mais complexo acerca daquilo que aborda. A qualidade desta informação está diretamente relacionada à escolha das fontes, à capacidade de seleção de informações e ao tipo de narrativa adotado, uma vez que, ao

contrário da notícia tradicional, a reportagem permite diferentes estruturas, a depender da opção editorial da publicação.

Além destes grandes grupos e sub-grupos, é importante salientar que os infográficos de qualquer uma das categorias podem ser individuais ou compostos, o que ocorre quando reúnem dois ou mais infográficos para compor um único de maior complexidade, terminologia adotada com base nos textos de Valero Sancho, já citados.

Por fim, compreendemos que antes mesmo dos infográficos há o que chamamos de protoinfográficos, ou seja, formas embrionárias da infografia que se caracterizam pela ausência – ou presença inadequada capaz de comprometer a autonomia enunciativa do infográfico - de alguns de seus elementos essenciais, como o texto de entrada, espécie de lead explicativo que situa o leitor, e outros textos complementares que lhe seriam fundamentais para favorecer a compreensão. Neste caso, estaríamos falando infográficos de primeira geração.

#### **4. Conclusão**

Embora a infografia seja apontada como uma das grandes inovações do jornalismo contemporâneo, ainda são raras as pesquisas que a adotam como objeto. Se em países como Espanha e França já foram publicados pelo menos cinco bons livros sobre a infografia impressa, no Brasil não há sequer um título sobre o tema. Nos três países não localizamos, neste primeira etapa de nosso levantamento bibliográfico, nenhuma obra publicada que analise em profundidade a infografia multimídia, um fenômeno recente mas em franca expansão na prática jornalística nos cibermeios.

O que já foi publicado – quer seja na forma de artigos, livros ou mesmo capítulos de livros – são fruto de pesquisas explanatórias que adotam como principal procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica – tomando como referência obras de campos distintos como Teorias do Jornalismo, Semiótica e Design Gráfico.

Neste trabalho, propomos o estudo de caso como alternativa para estas pesquisas, de modo a possibilitar uma compreensão mais aprofundada dos infográficos. Partimos do pressuposto, baseado em Yin (2005) que o estudo de caso, quando bem empregado, permite tanto desenvolver quanto testar teorias. Além disso, esta metodologia pressupõe a adoção de procedimentos distintos para a coleta de evidência

que podem ser adotados a depender do que se almeje alcançar. As principais fontes, neste sentido, são documentação, registros em arquivos, entrevistas, observações diretas, observação participante e artefatos físicos (Yin, 2005:111-124). Estas características parecem apontar para um caminho seguro para produzir teoria acerca da infografia multimídia, objeto ainda pouco estudado, sobretudo no Brasil.

## Referências:

- ALONSO, Jaime; MARTÍNEZ, Lourdes. Medios interactivos: caracterización y contenidos. In: SALAVERRÍA, Ramón; DÍAZ NOCI, Javier (org). **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- BOLTER, Jay David. **Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo. El Periodista como Creador de Infografía**. Madrid, Editorial Síntesis, 1999.
- DE PABLOS, José Manuel. Siempre ha habido infografía. In: **Revista Latina de Comunicación Social**. Número 5. Mayo de 1998. La Laguna. Tenerife. Disponible em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm>> Acesso em: 20.10.2005.
- DÍAZ NOCI, Javier. Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología. In: GARCÍA, Xosé López; OTERO, María Luiza; FARIÑA, José Pereira; MARIÑO, Manuel Gago; FERNANDEZ, Moisés Limia. **Tendencias en el ciberperiodismo iberoamericano: Ponencias do Congreso Iberoamericano de Xornalismo Dixital**, Santiago de Compostela, 29-30 de noviembre 2004. Santiago de Compostela: Cursos e congresos, 2005.
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. *Hipertexto periodístico: teoría y modelos*. In: SALAVERRÍA, Ramón; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura digital – Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2002.
- ERREA, Javier. “El futuro de la infografía después de la guerra”. In: Revista Update, enero de 2004. Disponible em: <http://www.snd-e.org/revista/infografia.html>. Acessado em: 15 de maio de 2005.
- FLEMING, Jennifer. **Web Navigation: Designing the User Experience**. Cambridge: O'Reilly, 1998.
- GARCÍA, Xosé López. Retórica del hipertexto periodístico. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- LECTURIA, Elio. “¿Qué es infografía?”. In: **Revista Latina de Comunicación Social** (4), abril de 1998.
- LÓPEZ, Xosé; GAGO, Manuel; PEREIRA, Xosé. Arquitectura y Organización de la Información. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.

- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador, Calandra, 2003.
- MACHADO, Irene. “Infojornalismo e a semiose da enunciação”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt> . Acesso em: 27 de maio de 2004.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- MIELNICZUK, Luciana. Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias. In: LEMOS, A; PALACIOS, M. **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- MOHERDAUI, Luciana. Pesquisador diz que infografia multimídia pode substituir o lead. Entrevista concedida por Javier Díaz Noci, publicada por **A Tarde On-line**. Salvador, Bahia, 11/10/2005.
- MORAES, Ary. **Infografia – o design da notícia**. 1998. 173 f. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes. Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro.
- PELTZER, Gonzalo. **Periodismo Iconográfico**. Ediciones Rialp, Madrid, 1991.
- RIBAS, Beatriz. *Infografia Multimídia: Um modelo narrativo para o webjornalismo*. Anais do **V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet**, FACOM/UFBA, novembro de 2004.
- RIBAS, Beatriz. *Ser Infográfico - Apropriações e Limites do Conceito de Infografia no Campo do Jornalismo*. In: Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, 2005, Florianópolis - SC.
- RINALDI, Mayara. *Um laboratório para a infografia – entrevista com Eugênio Buccì*. In: **Pauta Geral (8)**, 2006.
- SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.
- SALAVERRÍA, Ramón e CORES, Rafael. Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. In: SALAVERRIA, Ramon(coord.). **Cibermedios – el impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
- SANCHO, José Luis Valero. El relato en la infografía digital. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- SANCHO, José Luis Valero. **La Infografía: Técnicas, Análisis y Usos Periodísticos**. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação & Pesquisa**. São Paulo:Hacker, 2001.
- SOJO, Carlos Abreu. Periodismo Iconográfico. ¿Es la infografía un género periodístico? In: **Revista Latina de Comunicación Social**, número 51, junio-septiembre de 2002, La Laguna(Tenerife).Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>. Acesso em 20 de maio de 2004.
- STOVALL, James Glen. **Infographics: a journalist’s guide**. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.
- STOVALL, James Glen. **Web Journalism**. Boston: Pearson, 2004.
- TEIXEIRA, Tattiana. “O uso do Infográfico na Revista Superinteressante – um breve panorama”. In: MORAIS, Cidoval (org). **Jornalismo Científico e Educação para a Ciência**. Taubaté: Cabral, 2006.

- TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e jornalismo científico: um estudo da Revista Superinteressante*. In: Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2005, Florianópolis (SC) – disponível em CD Rom.
- TEIXEIRA, Tattiana. *The infographic science magazine for the general public*. In: Anais da 23 Conference and General Assembly of Internacional Association for Media and Communication Research, 2004, Porto Alegre (RS) – disponível em CD-Rom
- TEIXEIRA, Tattiana. *As imagens do singular: o uso do infográfico no jornalismo científico brasileiro*. In: Anais do VII Congresso Latino-americano de Investigadores de La Comunicación (ALAIIC), 2004, La Plata (Argentina) – disponível em CD Rom
- YIN, Robert K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman,2005.