

O Jornalismo e a Infografia dos Veículos Impressos como Textos da Cultura *

Ana Paula Machado Velho

Universidade Estadual de Maringá

Centro Universitário de Maringá

Índice

1. Introdução	1
2. História	2
3. Teorizando as Linguagens	5
4. Considerações Finais	6
5. Referências Bibliográficas	6

1. Introdução

Analisar a linguagem, a estrutura das mensagens da mídia é tarefa para pesquisadores que se preocupam com o aprimoramento da competência textual dos profissionais da comunicação. Mas, também, é dever destes investigadores determinar como estas linguagens surgem no universo midiático, sob a perspectiva da cultura.

*Este texto é de autoria de Ana Paula Machado Velho ^Ū Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP; Doutora pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC/SP; professora do curso de Comunicação Social e Moda do Centro Universitário de Maringá (Cesumar); coordenadora de jornalismo da Rádio Universitária, do Cesumar; jornalista da Assessoria de Comunicação Social da Universidade Estadual de Maringá (UEM). E-mail: anapaula.mac@gmail.com

Neste artigo, a proposta é apontar detalhes importantes sobre a utilização de um texto¹ que vem ganhando espaço no jornalismo brasileiro: a infografia. Para isso, lançaremos mão de considerações da Semiótica da Cultura. A idéia é mostrar que, assim como o jornalismo tomou o discurso social contemporâneo, a infografia vem, aos poucos, se tornando um dos elementos novos deste discurso, lastreada pela produção sígnica da sociedade digital.

Explicar a infografia como texto da cultura, demanda contextualizá-la dentro do processo da dinâmica palavra-imagem do jornalismo e, também, defini-la como objeto da produção midiática contemporânea, que tem, por um lado, o objetivo de traduzir gráfica e visualmente a informação e, de outro, aumentar a complexidade semiótica (da ação dos signos), graças à diversidade de códigos que envolve.

Valero Sanches diz que *info* não vem de informática, nem *grafia* vem do conceito de ilustração. E que infografia não é o mesmo que informação gráfica, pois existem muitas

¹A semiótica se utiliza do termo texto para definir toda a e qualquer sistema de representação: um filme, um slogan, um programa de rádio, uma infografia.

outras formas no jornalismo que também o são. Pode-se, então, definir infografia como “um produto do infojornalismo em qualquer dos canais, suportes e processos de fabricação” ou, ainda, como “uma peça informativa, realizada com elementos icônicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos ações ou coisas [...] e acompanha ou substitui o texto informativo”. (SANCHES, 2001, p. 21-25-26).

José Manuel de Pablos admite que o termo infografia se configura como um “neologismo sensato”, se pensarmos *info* vindo de informação escrita, informação a ser editada jornalisticamente, e *grafia*, de gráfica. “É a representação do binômio imagem+texto, qualquer que seja o suporte onde se apresenta essa união” (PABLOS, 1999, p.19).

Aguado e Vizuetete se apropriam da definição de infografia feita por François Holtz-Boneau, dizendo que é a aplicação da informática na representação gráfica do tratamento da imagem (AGUADO e VIZUETE, 1995, p.202).

No livro *Jornalismo de revista*, Marília Scalzo diz que o recurso “é uma maneira de oferecer informação ao leitor, utilizando um conjunto de gráficos, tabelas, desenhos, legendas, ilustrações, mapas, maquetes [...] é, acima de tudo, informação visual” (2003, p.74). Enquanto Beatriz Ribas (2004) aponta o recurso como uma “expressão gráfica, mais ou menos complexa, de informações. Tem a função de facilitar a comunicação, ampliar o potencial de compreensão pelos leitores, permitir uma visão geral dos acontecimentos e detalhar informações menos familiares ao público”.

Podemos, então, entender a infografia como um instrumento intertextual - que uti-

liza diferentes códigos – para compor um quadro informacional. Este quadro condensa informações selecionadas de maneira rigorosamente organizada, que são transmitidas pela conjugação de signos verbais e imagéticos (simbólicos, icônicos e indiciais), com o objetivo de aumentar a qualidade informacional de matérias jornalísticas ou esquematizar fatos ou processos, permitindo o acesso à informação por várias vias de linguagens construídas por códigos culturais (VELHO, 2001).



Figura 1: Infografia Revista Época

2. História

As definições acima fazem parecer que imagem e texto, juntos, na imprensa, parece uma pareceria atual, mas não é bem assim. Há muito tempo o homem vem tentando explicar seus textos de forma visual.

Paralelamente à transmissão oral de conhecimentos – embora esta tenha sido predominante no mundo inteiro entre os povos primitivos -, surgiram os registros das pinturas rupestres e, em seguida, a escrita.

Até a Revolução Francesa (1789), o armazenamento de dados e o poder de transmitir informação ficaram restritos a quem dominava os códigos da escrita. A era da chamada “*cultura literária*” começa a se esboçar nas grandes civilizações do mundo

antigo e vai se fortalecer na Idade Média, quando o conhecimento é dominado pelos religiosos, que se apropriam, inclusive, da cultura popular para transformá-la em instrumento do apostolado (BAHIA, 1971, p.12).

Um passo importante deste processo é o surgimento do livro. Primeiro escrito a mão, por monges chamados de copistas. Com a invenção da imprensa por Gutenberg, no século XV, começa a se estabelecer a primeira revolução da comunicação. Além da produção “em série” dos livros, surgem outros suportes para a transmissão de informações, como o jornal e, com ele, o jornalismo.

A maior parte da história do jornalismo apresenta a atividade com a característica de misturar códigos: o verbal e o visual. O processo de utilização da imagem no jornalismo data do início da sua prática. Para isso, foram utilizadas técnicas de xilografia, litografia etc. Mas o desenvolvimento das técnicas de elaboração de gravuras e ilustrações do texto escrito para a imprensa, só aconteceu na segunda metade do século XIX, quando a denominação “informação gráfica” começa a ter seu próprio lugar nos meios escritos.

No final do século XIX, aparecem as primeiras “máquinas” que vão promover o incremento da produção de jornais. Surge a primeira prensa mecânica e, em 1848, esta tecnologia é substituída pela primeira rotativa, que é aprimorada, proporcionando que, em 1866, já fosse possível imprimir 12 mil exemplares por hora.

A fotografia vai chegar aos jornais em 1885, com o desenvolvimento das tecnologias de reprodução e vai proporcionar ao veículo uma popularização significativa. Em resumo:

desde 1890, existem as condições técnicas para o que denominado de segunda revolução das Artes Gráficas e que se prolongará até a introdução, em 1960, das primeiras técnicas eletrônicas de edição dos diários. Nos anos 70, o progresso técnico se completará com outras descobertas, como o teletipo, o facsímile, a composição automática e a impressão em cor (AGUADO e VIZUETE, 1995, p.64).

Nos anos 80, então, os computadores chegam às redações, oferecendo outro ritmo à produção jornalística e, principalmente, à utilização da imagem nos jornais, graças as possibilidades apresentadas pela computação gráfica.

Numa outra perspectiva, Ciro Marcondes Filho (2000) compreende a história do jornalismo em quatro épocas. Para ele o primeiro jornalismo começou no final do século XVIII, com a Revolução Francesa, apesar de admitir que há notícias de jornais, com as características das publicações modernas, desde 1631. Este foi o jornalismo da “iluminação”, quando o controle do saber, que funcionava como dominação, desmoronou.

No segundo jornalismo, todo o romantismo da primeira fase é substituído pela produção industrial de notícias e de lucros. O “jornal da grande empresa capitalista surge a partir da inovação tecnológica da metade do século XIX” (MARCONDES FILHO, 2000, p.19). O terceiro jornalismo é o dos monopólios. Ele acontece em consequência do desenvolvimento e crescimento das empresas jornalísticas e, mais uma vez, como consequência da evolução tecnológica. A disseminação da informação conhece, aí, suportes revolucionários como o rádio e, mais tarde, a televisão, entre outros tantos proces-

tos de transmissão de dados. O jornalismo se torna mais que uma mercadoria, torna-se um processo de massificação da informação. Afinal, é preciso cada vez mais recursos para financiar o acesso aos meios de comunicação eletrônicos. Já o quarto e último jornalismo é aquele que marcou o fim do século XX: é o jornalismo da era tecnológica, que favorece certas linguagens, depreciando outras:

A visibilidade técnica (a qualidade da imagem) impõe-se como modelo estético, inicialmente na televisão, mas também nos painéis publicitários e em todas as mensagens visuais [...] A precedência da imagem sobre o texto muda a importância da matéria escrita e a submete a leis mais impressionistas e aleatórias. A aparência e a dinamicidade da página é que se tornam agora decisivos (MARCONDES FILHO, 2000, p. 31).

Em resumo, no quarto jornalismo acontece “a sobrevalorização da visualidade”. Essa posição é reforçada por Dondis, que diz que em textos impressos a palavra costumava ser o elemento fundamental, enquanto os elementos visuais eram secundários ou usados como apoio. Mas

nos modernos meios de comunicação acontece exatamente o contrário, o visual predomina, o verbal tem função de acréscimo. A impressão ainda não morreu e, com certeza, não morrerá jamais; não obstante, nossa cultura dominada pela linguagem já se deslocou sensivelmente para o nível icônico [...] Ver passou a significar compreender (DONDIS, 1997, p.13).

Expressões similares aos quadros info-gráficos datam de um período anterior à primeira fase do jornalismo, descrita por

Marcondes Filho. Gonzalo PELTZER, de que “o primeiro mapa publicado na imprensa apareceu em 29 de março de 1740, no (jornal) Daily Post, de Londres” (AGUADO e VIZUETE, 1995, p.201). Era um desenho que explicava o ataque de um almirante inglês a uma cidade do Caribe.

Mas a maioria dos autores europeus atribui ao *The Times* londrinense a publicação do primeiro gráfico explicativo (outra definição que se dá à infografia). A publicação teria acontecido em 7 de abril de 1806. Resumia a informação visual do assassinato de Isaac Blight. O gráfico oferecia uma vista da casa de Blight à beira do Tâmis e um plano da mansão com referências numeradas dos passos do assassino, Richard Patch, desde o lugar onde estava escondido, até o local dos disparos.

A utilização da infografia ficou restrita nos 150 anos seguintes à informação meteorológica, cobertura de guerras representações de rotas e mapas. Antonio Piñuela situa o ressurgimento da infografia nas investigações militares e aeronáuticas realizadas pela NASA na década de sessenta. Ela era uma útil ferramenta nos programas de simulação de vôo para piloto e astronautas e outros fins militares (apud AGUADO e VIZUETE, 1995, p.209).

Porém, o recurso só vai tomar os periódicos na década de 80 do século passado, quando surgem as técnicas industriais de reprodução de ilustrações combinadas com textos, que permitem a obtenção de mensagens informativas visuais (VALERO SANCHES, 2001, p. 30-45).

Neste momento, o desenho vai ganhar influência decisiva no jornalismo e em outras atividades comunicacionais, por causa da comercialização de computadores pessoais

de fácil manejo e de software específicos para a geração de ilustrações.

Na década de oitenta, também, começam a se incorporar ao mercado da imprensa leitores que, durante toda a sua vida, conhecem a televisão. Este fenômeno vai mobilizar determinados diários a adaptarem sua linguagem aos novos leitores, “procedentes” do mundo audiovisual. Portanto, surgem periódicos mais visuais, com o objetivo de imitar o código informativo da televisão.

Um exemplo é o lançamento do jornal *USA Today*, um jornal que apostou na informação visual e se utilizava de textos curtos e dos gráficos informacionais. Com isso, a infografia, surgida num primeiro momento como uma nova manifestação gráfica que representava a informação empregando a linguagem visual com o apoio de textos, se converteu em um elemento de material redacional; isto é, passou a fazer parte da diagramação dos jornais (PIÑUELA apud AGUADO e VIZUETE, 1995, p. 208).

3. Teorizando as Linguagens

Podemos dizer que a organização textual que compõe a infografia é uma expressão dos novos textos do jornalismo, lastreado pela evolução tecnológica. Partindo desta constatação, vamos começar a entender os quadros infográficos sob os olhos da teoria semiótica da cultura.

Os semioticistas russos propõem que as “formas de escrever”, as diferentes “regras” de organização das informações, são desdobramentos do sistema de linguagens que o homem constrói para representar seu cotidiano. São os chamados sistemas modelizantes: estruturas de linguagem, elaboradas pela cultura, para organizar determi-

nado discurso, determinado tipo de informação, contribuindo para o melhor entendimento de certos conceitos e fatos.

Traduzindo os conceitos de Iuri Lotman, um dos expoentes da Semiótica Russa, podemos dizer que, para explicar os conteúdos específicos do conhecimento humano, as diferentes categorias de pesquisadores e profissionais constroem “formas” particulares de elaboração de suas mensagens. Essas “formas” e todo o universo lexical, definido por cada uma destas categorias, possuem regras específicas de organização, que vão se transformar na gramática (conjunto de normas) específica de um segmento. E este resultado, esta “forma” específica de organizar o discurso são as modelizações.

Segundo Lotman, assim como a linguagem verbal, outros sistemas procuram se organizar através da combinação de outras codificações. Esse é o caso do jornalismo. As mudanças que a tecnologia opera na comunicação deram à imprensa – jornal, revista, livro – uma função da maior importância nas relações sociais. A sociedade moderna encontrou no jornalismo a sua “adequada linguagem”, está integrado de modo definitivo ao plano social (BAHIA, 1974). As fontes responsáveis pelos processos informativos como o jornal o rádio, a propaganda, a televisão, o cinema, a música, o teatro, passaram a ser, na sociedade industrial, fontes de fabricação cultural. O jornalismo, hoje, como uma destas fontes de produção cultural, está inserido no contexto social como uma forma de expressão que tem o objetivo de informar a sociedade sobre os acontecimentos do cotidiano do mundo moderno.

Hoje, no entanto, a atividade jornalística vem se utilizando cada vez mais da mistura

de gráficos, tabelas, ilustrações, diagramas, resultando num texto informativo particular, que se une ao texto verbal, apresentado em blocos. Este texto é a infografia.

À luz da teoria da modelização, a infografia é um texto que contribui para uma nova organização da linguagem jornalística. Para organizar a informação, a notícia, ela coloca em interação a linguagem verbal e a visual. Abriga dentro de um quadro, ou limite signos icônicos, que são as imagens no sentido teórico (de representação puramente visual) do termo; signos plásticos, que são as cores, formas, texturas etc; e signos lingüísticos, a linguagem verbal.

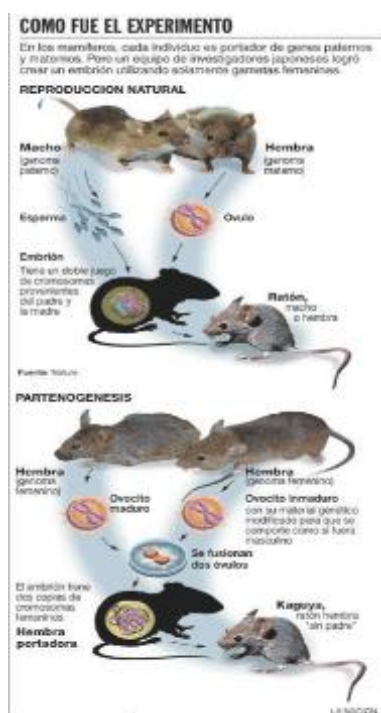


Figura 2: Infografia La Nación

4. Considerações Finais

Torna-se importante registrar que o aprimoramento do uso da visualidade nos jornais cresceu na mesma proporção que a tecnologia ampliou o conceito de texto, trazendo para as páginas dos periódicos outros códigos: primeiro as ilustrações, depois a fotografia, mais tarde as cores etc. Hoje, a computação gráfica oferece diversas possibilidades que deverão ser incorporadas mais eficazmente aos diários com o passar dos anos e com o aprimoramento das tecnologias da comunicação. E a utilização destas novas linguagens proporciona ao jornalismo maior conteúdo informacional. A organização do texto infográfico tem exatamente este objetivo, o de força modelizadora da linguagem, o de oferecer uma multiplicidade de códigos em diálogo, tornando as reportagens sistemas mais complexos, porém, com maior conteúdo.

É fundamental, então, o estudo aprofundado da infografia no jornalismo, para que os próprios profissionais conheçam as possibilidades que ela pode oferecer. É preciso procurar o que se chama de alfabetização visual, dentro das redações e das editorias de arte dos jornais. A alfabetização vai permitir que todos os códigos (verbais e visuais) assumam todo o seu potencial, ampliando a capacidade informativa do meio impresso.

5. Referências Bibliográficas

AGUADO, José A. Martín. e VIZUETE, José I. Armentia (1995). Tecnología de la información escrita. Madrid: Editorial Síntesis (Ciencias de la Información).

- BAHIA, Juarez. Juarez (1971). *Jornalismo, informação e comunicação*. São Paulo: Livraria Martins Editora.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual* (1997). [tradução Jefferson Luiz Camargo]. São Paulo: Martins Fontes.
- LOTMANN, Iúri e USPENSKII, Boris A (1981). *Sobre o mecanismo da Cultura*. Lisboa: Livros Horizonte (Coleção Horizonte Universitário).
- MARCONDES FILHO, Ciro (2000). *Comunicação e Jornalismo. A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores.
- PABLOS, José Manuel de (1999). *Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía*. Madrid: Editorial Sintesis.
- RIBAS, Beatriz (2004). *Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo*. Trabalho apresentado ao V Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, Salvador, Bahia,. Disponível em www.facom.ufba.br/jol/producao.htm. Acesso em 23 de Jun 2005.
- SANCHES, Valero (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. València: Universitat de València; Castello de Olana: Publicacions de La Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei Publicacions,
- SCALZO, Marília (2003). *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto (Coleção Comunicação).
- VELHO, Ana Paula Machado (2001). *A infografia como suporte do Jornalismo Científico: uma análise semiótica*. Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo.