



Além da Vitrine: Uma Capa Infografada como Alerta sobre a Gripe A¹

William Robson Cordeiro SILVA²

Veruska Sayonara de GÓIS³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

Em meio ao noticiário sobre a Gripe A nos veículos de comunicação de todo o país, o tema estabeleceu-se como pauta na sociedade quanto aos cuidados e ao tratamento. Necessitava-se maior didatismo e informações científicas acerca da doença recentemente descoberta e para a qual não reconhecia-se sua ação. Este artigo pretende apontar como a revista *Domingo*, periódico semanal do diário *Jornal de Fato*, de Mossoró (RN), abordou o assunto, com vistas a uma particularidade: a reportagem relacionada à Gripe A incorpora o recurso da infografia na capa da publicação. À vista do seu suporte visual e didático, seu efeito é potencializado a partir da utilização em capa de revista. Reforça a função da capa, mormente empregada como vitrine para atrair o leitor.

PALAVRAS-CHAVE: Gripe A; Infografia; Jornal de Fato

INTRODUÇÃO

Em meados de 2009, o noticiário destacava a pandemia de uma nova doença. Os sintomas se assemelhavam à uma gripe comum, embora com um efeito devastador num pequeno espaço de tempo. A descoberta do surto se deu em abril daquele ano, conforme reportagem publicada pela revista *Domingo*, encarte do *Jornal de Fato*, de Mossoró, Rio Grande do Norte, distante 280 quilômetros da capital Natal. Assim como a citada publicação regional, veículos de comunicação de todo o país alertavam sobre os cuidados, relatavam estatísticas diárias dos acometidos pela doença e das mortes e rastreavam os territórios ocupados pelos vírus H1N1. O Ministério da Saúde registrou, através do *Informe Epidemiológico Influenza Pandêmica H1N1*, até 2 de dezembro do ano passado, 30.055 casos confirmados, ou 14,5 casos para cada cem mil habitantes (p.4).

O governo brasileiro iniciou uma campanha de orientação sobre os cuidados para evitar o contágio. Entre os tais, “evitar locais com aglomerados de pessoas, pois reduz o

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior na sub-área temática de Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante do 8º. Período do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo da Uern. email: williamrobson@folha.com.br

³ Professora mestre do curso de Comunicação Social da Uern email: veruskasayonara@hotmail.com



risco de contrair a doença”. À exaustão na imprensa, a *gripe A*⁴ manifesta-se como um mal em que a população tinha poucas informações a respeito.

A revista *Domingo* é um periódico semanal, encartado nas edições dominicais do diário *Jornal de Fato* e que foi fundado em 2 de junho de 2002, abordou o tema quando o primeiro caso de H1N1 foi registrado na semana do dia 30 de agosto de 2009, no Rio Grande do Norte. A publicação relatou a situação de uma mulher de 45 anos, da cidade de Água Nova, que veio a falecer em decorrência do vírus, após ser transferida para Natal. “*Isso significa que o vírus circula livremente e já não há como adotar as medidas de isolamento pensadas pelo Ministério da Saúde no início da epidemia. A gripe A está entre nós*” (THALITA, 2009, p.8). Naquela edição, contava-se 34 o número de casos registrados pela Influenza A, termo usado pelo Ministério da Saúde.

Ante o cenário que formava-se, o periódico recorreu à ferramenta da infografia em sua primeira página, com finalidade de ofertar um detalhamento didático e rápido quanto ao contágio e origem da nova doença. O recurso, aponta Quadros (2009, p.1) “*é hoje um formato largamente utilizado no jornalismo impresso e digital para tornar mais fácil o entendimento das notícias, em complemento ou mesmo em substituição ao texto informativo convencional*”. O seu uso está diretamente associado “à característica de compreensão imagética que carrega” (RODRIGUES, 2005, p.1). A utilização do infográfico na capa manifesta-se com conceito mais amplo que a finalidade exclusiva de “vender revista” ou “ajudar a conquistar leitores e os convencer a levá-la para casa. Uma espécie de vitrine para o deleite e sedução do leitor”, como especificado por Scalzo (2008, p.62).

Neste caso, a capa infografada da revista *Domingo* desvia-se do padrão tradicionalmente empregado por revistas, baseado na fórmula de uso de uma imagem e uma chamada (SCALZO, 2008, p.63). A proposta sobrepôs a vitrine e garantiu uma reportagem visual. Reportagem, visto a infografia apoderar-se dos procedimentos semelhantes de “um jornalista que utiliza na construção de uma matéria levando em consideração o mesmo rigor de apuração e checagem das informações” (RODRIGUES, 2005, p.1).

⁴ Segundo a revista *Veja*, o nome deriva-se do “vírus influenza A (H1N1). O vírus foi detectado pela primeira vez no México e nos Estados Unidos, em abril de 2009, e pode ser transmitido de pessoa para pessoa, provavelmente com a mesma capacidade de transmissão que a gripe comum tem.” http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/gripe_suina/gripe-suina.shtml#1



A contribuição da infografia no jornalismo

A necessidade do homem expressar-se através de desenhos aponta para os tempos primitivos. A comunicação, iniciada por meios verbais, é seguida por registros em pinturas rupestres há centenas de anos antes de Cristo. Até então, o uso do desenho manifestava-se predominante, sem a presença do texto. Com a escrita, a linguagem verbal e a não-verbal fundiram-se em um modelo mais eficiente. Sancho (2000 *apud* RODRIGUES, 2005, p.8) faz associação entre o ideograma chinês e a xilogravura com os primórdios da infografia, ainda que em formato principiante.

Jornais e revistas recorrem aos recursos do infográfico para a transmissão de informação. O uso recorrente fundamenta-se por ser um meio adequado para traduzir com maior velocidade temas que são considerados complexos para o público-leitor. Sancho (2001, p.56-57 *apud* QUADROS, 2009; p.3) destaca a importância dos infográficos ao ampliarem o universo cognitivo e incorporarem elementos distantes.

Sancho (2000, p.1) considera a infografia uma das “melhores ferramentas para desenvolver e favorecer a sobrevivência da tão alardeada crise da imprensa”. Faz-necessário então a pergunta: que ferramenta é esta, igualmente considerada como subgênero do jornalismo⁵ e incorporada aos veículos de comunicação como meio de transmissão da informação?

Antes de tratar da origem do termo infografia, é essencial compreender seu formato e utilidade. Os infográficos baseiam-se na representação da notícia a partir de elementos icônicos, o hibridismo de outros ingredientes da prática do jornalismo, tais como a fotografia, o desenho e o texto. Teixeira (2008) define infografia como:

uma contribuição jornalística, realizada com elementos icônicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos, ações ou coisas da atualidade ou alguns de seus aspectos mais significativos, e acompanha ou substitui o texto informativo (SANCHO *apud* TEIXEIRA, 2008, p. 163).

Cairo (2008, p.21) conceitua infográfico como “uma representação diagramática de dados”, podendo ser publicado em veículo de comunicação impresso ou até mesmo não constar em algum periódico, visto que “qualquer informação apresentada em forma de

⁵ Tattiana TEIXEIRA, em seu artigo publicado no livro “Edição de Imagens em Jornalismo” citou que autores como Lorenzo Gomis defendem que “o jornalismo pode ser dividido em dois gêneros essenciais – o informativo e o opinativo”. Tattiana subclassificou os gêneros, posicionando os infográficos na categoria do gênero informativo, ao lado da notícia, nota, reportagem, entrevista e perfil. (TEIXEIRA, 2008; P.163)



diagrama, isto é desenho no quais se mostram as relações entre as diferentes partes de um conjunto ou sistema, é uma infografia”.

Infografia deriva-se do inglês *informational graphics*, e por si só expõe a vocação para o qual foi criado, ao decodificar informação em representação visual. O entendimento do vocábulo não era consensual entre os profissionais da área. Acreditava-se que *info* vinha de “informática” e *grafia*, “gráfica”, o que, para Cairo (2008) gerou confusão, como se a palavra significasse a aplicação de procedimentos da informática à produção gráfica, não considerando o período anterior aos terminais.

Scalzo (2008) observa que os infográficos “estão no primeiro nível de leitura de qualquer meio impresso”, confirmado por Ribas (2004 *apud* VELHO, 2005; p.2), A autora assevera acerca do poder da ferramenta como potencializador de facilitação da leitura de determinados acontecimentos por parte do leitor.

Percebe-se como a infografia é um aparelho no processo de produção jornalística ao relatar fatos sob uma perspectiva do desenho, da “representação abstrata de uma realidade”, como sustenta Cairo (2008, p. 22).

A infografia, como observada hoje nos tradicionais veículos de comunicação impressos, surgiu através dos jornais americanos e europeus no século XVII (RODRIGUES, 2009, p.196). “*Eram gráficos que retratavam, em sua maioria, rotas de guerra, em forma de mapas contendo alguns dados estatísticos, refletindo o contexto social e cultural daquela época*” (p.196). São as formas incipientes da infografia nos meios de comunicação, também chamados de “infográficos de primeira geração”⁶ ou *proto-infográficos*” (TEIXEIRA 2007, *apud* TEIXEIRA, 2008; p. 164), caracterizados pela ausência de recursos utilizados com frequência nos infográficos modernos, como “texto de entrada e outros complementares”, ou pela presença inapropriada de elementos.

Rodrigues (2009, p.201) aponta aos infográficos de primeira geração atributos como a narrativa sequencial e linear e o formato estático associados a esta primeira fase evolutiva.

As primeiras infografias que se tem notícia tratavam-se de mapas produzidos por anônimos e que apresentavam deficiências quanto às aplicações técnicas e

⁶ Segundo RODRIGUES (2009), em *Metamoforses Jornalísticas 2*, existem mais duas gerações de infográficos: a segunda geração inclui os infográficos multimídias, “marcados pela introdução de elementos multimídias, quais sejam: imagens em movimento, gravação sonora, ilustração, fotografia, vídeos e outros recursos interativos”. A terceira mantém o aspecto da multimídia, mas caracteriza-se “pela introdução de base de dados em suas produções” (p.201)



conhecimento de cartografia (CAIRO, 2008, p. 49). O autor menciona como exemplo o mapa publicado em 1702 no jornal *Daily Courant*), considerado o primeiro periódico diário, em que expõe a estratégia de invasão da baía de Cádiz por parte das tropas britânicas. A publicação do mapa não caracterizava-se à época como infografia, mas a prática recebeu o nome de “*Pictorial Journalism*”, segundo Cairo (2008), denominado por Hodgson (1977) para designar “o uso do desenho para acompanhar e ilustrar notícias” (*apud* CAIRO, 2008, p.50).

Sullivan afirma que o primeiro mapa oficial publicado em jornal diário data de 29 de março de 1740, em Londres no periódico “*Daily Post*”. Cita que o primeiro infográfico com perfil infomativo, destacava uma serpente partida em oito pedaços, fazendo referência aos primeiros estados americanos.

Nota-se a presença da infografia há mais de dois séculos na imprensa, seja através de mapas produzidos de forma incipiente, seja em desenhos elaborados com a finalidade de ilustrar reportagens. Todavia, foi no século passado que a infografia passou a fazer parte integrante do processo de produção da notícia nos jornais impressos, a começar pelos americanos.

Sancho (2001) e De Pablos (1999) atribuem este período ao “renascimento” da infografia (RODRIGUES, 2009, p.197). A década de 1980 marca a presença freqüente dos infográficos nos meios impressos e o advento das ferramentas tecnológicas que possibilitaram a feitura de desenhos com acabamento mais apurado.

A informatização garantiu produção mais rápida dos infográficos e correção de erros a qualquer momento antes da publicação. Os terminais de computadores representaram avanço no trabalho infográfico e não o oposto, ou seja, a infografia não nasceu por conta da informática (DE PABLOS, 1998, n.p.).

A década seguinte, a de 1990, configura-se, de acordo com Cairo (2008) como a “verdadeira revolução da infografia”, quando todo o potencial do recurso seria posto à prova em 1991, durante a primeira Guerra do Golfo. O impedimento do governo americano à imprensa na cobertura do conflito, levaram jornais, editores e desenhistas a “encherem amplos espaços com as imagens que os leitores esperavam e das que, do contrário, seriam privados” (HOLMES, 2002 *apud* CAIRO, p.55). O autor lembra que à época, a produção dos infográficos sobre a guerra não serviu, como se imaginava, a ocupar a lacuna pela falta de informação e fotografias do *front*. Houve maior preocupação estética em detrimento da jornalística. “*Os gráficos da primeira Guerra do Golfo estavam cheios de meias verdades e detalhes completamente inventados.*”



Estilisticamente era muito sofisticados: a qualidade das ilustrações alcançou cotas nunca vistas até o momento”.

Os tipos de infográficos e suas definições

Sancho (2000) apresenta oito características, que ele considera “peculiares” ao definir a infografia:

- 1- Que dê significado a uma informação plena e independente;
- 2- Que proporcione a informação de atualidade suficiente;
- 3- Que permita entender o evento ocorrido;
- 4- Que contenha a informação escrita com formas tipográficas;
- 5- Que contenha elementos icônicos precisos;
- 6- Que possa ter capacidade informativa suficiente e ampla para ter entidade própria ou que realize funções de síntese ou complemento da informação escrita;
- 7- Que proporcione certa sensação estética, não indispensável
- 8- Que não contenha erros ou falhas de concordância.

Outros elementos tais como fotos, ilustrações, desenhos ou mapas manifestam-se como compostos dos infográficos e outros podem inserir-se desde que atendam às finalidades jornalísticas da infografia, “construir uma narrativa sustentada no binômio imagem + texto e que seja capaz de evidenciar detalhes muitas vezes difíceis ou quase impossíveis de serem explicados através de uma narrativa jornalística textual convencional” (TEIXEIRA, 2008, p.163).

Lima Júnior (2004) aponta “a forte atração visual” e os elementos que se combinam na formatação do infográfico, e apresenta diferenciação entre infografia e “gráficos” (as artes feitas em linha, pizza e curva). Infográfico, para ele, são “reportagens visuais” (p.4).

Pereira Júnior (2006, p.125) define os infográficos como “linguagem gráfica (...), uma unidade plena e autônoma”. O autor ressalta a multiplicidade de funções de infografia e a sua aplicabilidade mais apropriada de acordo com a necessidade. Aponta ainda os quatro tipos elementares de infográficos, de acordo com Holmes (1991): tabela, gráficos, diagramas e mapas.

Leturia (1998, p. 2) concorda com a classificação e Clapers (1998), infografista do jornal espanhol *El País*, explica: “Mapas (são uma conceituação geográfica e servem para situar a notícia), Diagramas – gráficos de economia (representam valores e



escalas), Ilustrativos (se integram os códigos gráficos de informação), Sequenciais (são relatos informativos visuais de um fato - composição de um lugar, partes de um processo, etc.)”.

Infografia no Brasil

Há registros da infografia da presença em periódicos brasileiros desde o início do século passado, período em que o recurso era produzido manualmente não existia o auxílio da informática. Rodrigues (2005, p.22) enfatiza que o jornal *Folha de São Paulo* foi o primeiro impresso brasileiro a utilizar a infografia em suas páginas no final da década de 80. No entanto, haviam registros de infografia na imprensa brasileira anterior a este período, com base em Caixeta (2005). O jornal *O Globo* publicou na sua primeira página, edição de estreia, em 29 de julho de 1925, um infográfico que representava o aumento na frota de veículos no Rio de Janeiro de um ano para o outro.

Apesar da baixa maturação no acabamento em relação ao testemunhado hoje nas infografias de meios impressos, a forma de transmitir informações através de desenhos era utilizado há décadas. A década de 1970 estabeleceu-se como o advento dos departamentos de artes do jornais, mas somente dez anos depois houve um maior aproveitamento (RODRIGUES, 2005, p.22).

A Gripe A e a infografia na capa

A revista *Domingo*, tem uma proposta de “destacar notícias de comportamento, meio ambiente e de como viver bem. Os textos são de fácil compreensão e mantêm uma diagramação moderna, em excelente acabamento. E se propõe a mostrar também as potencialidades turísticas e econômicas da região”. (DE FATO, 2008, p.4) O *Jornal de Fato* é um diário da cidade de Mossoró, RN, a 280 quilômetros da capital Natal, fundado em 28 de agosto de 2000. Circula em 80 municípios do Estado e garante ser “o primeiro jornal do interior do Estado a fazer coberturas especiais em tempo real na internet e a utilizar cores”⁷.

A editora do suplemento, Izaíra Thalita, atesta ser freqüente o emprego infográficos na revista. Em entrevista, a jornalista certifica que “o infográfico é usado constantemente para compor o conteúdo das matérias com o intuito de dar uma visão

⁷ Segundo panfleto institucional do Jornal de Fato (2008)

mais clara do tema proposto através do uso de imagens e texto”. Admite, outrossim, que o recurso garante uma melhor repercussão dos assuntos tratados na revista.

A infografia é uma percebida em outras editoriais do *Jornal de Fato*, inclusive na primeira página. O diário que faz uso desta forma de linguagem desde a primeira edição. Na edição inaugural, publicou-se um infográfico em barras⁸, sobre as intenções de voto para as eleições municipais (*fig. 1*)



Fig. 1: Primeira página da edição inaugural do *Jornal de Fato*, com infografia na parte superior

Representação de urnas eletrônicas serviu para explicar, do maior para o menor, o desempenho de cada candidato na sondagem. Especificamente na revista, há uma média de três ou quatro produções a cada edição, de acordo com o infografista Neto Silva, em entrevista. Silva é o responsável pelas artes do semanário e trabalha no jornal desde 2002, quando, segundo ele, a infografia foi praticada com maior ênfase.

⁸ PEREIRA JÚNIOR (2006) cita que os infográficos de “barras” são um tipo criado por William Playfair em 1786, e que “comparam dois ou mais itens pela representação de colunas colocadas lado a lado. Funciona como unidades; estabelece uma comparação entre elas” (p.131)



Em 30 de agosto de 2009, a revista *Domingo* publicou uma reportagem sobre um surto de Gripe A⁹ no mundo, que avançaramo Brasil e acabara de se instalar no Rio Grande do Norte. A publicação apontava que o Brasil ocupava a sétima posição numa lista de 15 países com a maior taxa de mortalidade em decorrência da doença. Um dos casos aconteceu no Rio Grande do Norte, “um dos poucos estados brasileiros que ainda não tinham registrado mortes até a semana passada, quando Maria Avelino, 45 anos, da cidade de Água Nova, morreu vítima da gripe” (THALITA, 2009, p.8)

Como tratava-se de uma doença nova e que proliferava-se rapidamente – em 11 de junho de 2009, a Organização Mundial de Saúde (OMS) anunciou que a Gripe A alcançou o nível de pandemia –, surgiram muitas dúvidas sobre tratamento, riscos e formas de evitar. O jornal *Folha de São Paulo* publicou um especial na internet¹⁰ em que consta um questionário com as perguntas mais frequentes. Algumas dessas informações não tinham respostas. Não há informações de pessoas que foram infectadas pelo vírus ao ter contato com porcos ou outros animais, e não se sabe qual a localidade de origem do vírus.

A revista *Domingo* destinou três páginas internas sobre o tema, excetuando a capa. O interior da revista consiste numa página constando de seis infografias com estatísticas dos casos, modos de prevenção e número de mortes. A editora Izaíra Thalita explica que a proposta da reportagem era informativa e didática. “*O tema da gripe suína ganhou evidência na mídia em meados de 2009 e as dúvidas acerca do perigo e dos sintomas da doença, apesar de muito divulgados confundiam as pessoas*”. (CONFORME APÊNDICE)

Thalita mostra que o período exigiu do jornalista a garimpagem de informações a respeito da doença a fim de serem repassadas para o público. Emergiu-se, portanto, a idealização de um infográfico na capa da revista. Scalzo (2008, p.63) ressalta que “notícias quentes e exclusivas vão sempre redundar em capas fortes e chamativas”. A Gripe A não era um assunto exclusivo, mas era um tema considerado “quente” e importante, tendo por base a cobertura exaustiva da imprensa no período. Thalita

⁹ O jornal *Folha de São Paulo* publicou um especial na internet sobre a Gripe A, em 2009. Definiu como “uma doença respiratória causada pelo vírus influenza A, chamado de H1N1. Ele é diferente do H1N1 totalmente humano que circula nos últimos anos, por conter material genético dos vírus humanos, de aves e suínos, incluindo elementos de vírus suínos da Europa e da Ásia”

¹⁰ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2009/gripesuina>

justificou que a escolha da infografia serviu para “mostrar a preocupação com o tema utilizando a capa para passar informações importantes sobre a doença”.

A infografia da capa da revista Domingo utiliza dos recursos que aliam imagem e texto (fig. 2).

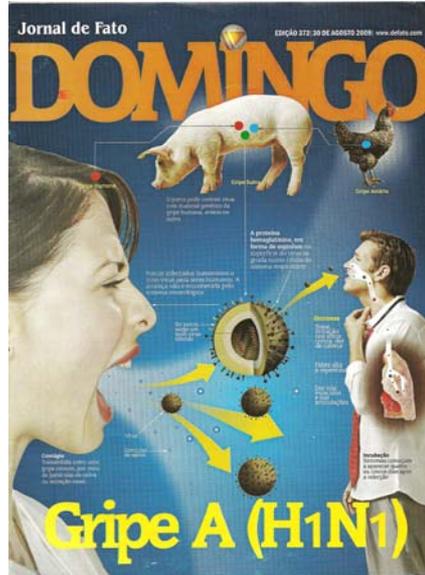


Fig. 2: capa infografada da revista *Domingo* sobre a Gripe A

O infográfico esquematiza a origem da Gripe A como uma fusão das gripes humana, suína e aviária, dando origem a um vírus novo. Para isso, são empregadas figuras de um porco, de uma galinha, de uma mulher e de um homem. Detalha as formas de contágio – do porco para o homem e do homem para homem – e os sintomas, como “tosse, irritação nos olhos, coriza, dor de cabeça, febre alta e repentina, dor nos músculos e nas articulações”. A arte inclui um homem que absorve o vírus, instalando-se no organismo.

O propósito de transmitir a informação mostra-se na capa da revista, indo além da utilização desta página apenas como “vitrine para o deleite e sedução do leitor” (SCALZO, 2008, p. 62). Outro fator, apontado pela editora da revista, tem ligação com os recursos gráficos e técnicos. A editora da revista ressalta que “a capa e a contracapa são as únicas páginas coloridas da revista. Logo, as cores e as imagens do infográfico poderiam ser trabalhadas de maneira a deixá-la visualmente interessante”.

O objetivo do infográfico, como explicitado, dirige-se a interpretar didaticamente as causas e os efeitos da Gripe A. Não se trata, portanto, de um elemento puramente



estético, mas como Teixeira (2006, p.14) assevera, é uma “modalidade capaz de ampliar a qualidade da informação”.

Conclusão

Após o período da Guerra do Golfo, quando a infografia obteve maior repercussão, o seu uso passou a ser intensificado nos diários brasileiros. A informação traduzida em forma de imagens e texto foi entendida como um elemento às vezes complementar, às vezes autônomo na estrutura dos jornais.

Como foi mostrado, a infografia vem evoluindo a ponto de deixar de ser compreendida como apenas um desenho para embelezar a página, mas como um gênero do discurso jornalístico. Sua prática depende de maior preparação dos jornalistas de agir e pensar infograficamente, ou seja, produzir reportagens com os elementos constitutivos da infografia e ter a competência de traduzir quaisquer temas em imagem.

Sua utilização serve para jornais e revistas e outros meios sejam impresso ou eletrônico. As revistas utilizam o recurso com maior ênfase. O potencial da infografia é notado em periódicos como a revista *Domingo*, do *Jornal de Fato*, quando, de forma surpreendente, foi impressa na capa. Capas são usadas, assim aponta Scalzo (2008), como vitrine para atrair o leitor, uma estratégia mercadológica com a incitar o consumidor e angariar vendas. A infografia, por seu caráter imagético caracteriza-se como modelo de atração deste público-leitor.

Existem outras publicações que recorreram ao uso da infografia na capa sejam jornais e revistas. Há também revistas compostas exclusivamente de infográficos, experiência inovadora na prática jornalística do Brasil, cabendo um estudo específico no tocante a este assunto. Observa-se ainda o avanço da infografia interativa, praticada nos jornais *on-line* e o aparecimento dos “especiais multimídia” em que o leitor é conduzido à reportagem composta tão somente pela infografia.

No meio impresso, o uso da infografia é praticada há décadas por jornais europeus e como visto, há registros no Brasil da presença dos infográficos em 1925. Seu uso recorrente se deu a partir da modernização e informatização das redações e surgimento dos departamentos de artes dos diários entre as décadas de 1970 e 1980, quando o modelo foi melhor maturado.



Durante todo este período, foi-se percebendo a importância da infografia na divulgação de temas complexos. Como resultado, vê-se tal ferramenta como imprescindível em meios impressos e como recurso ideal para propagar informação mais rápida e eficaz. Comprova a vocação original de comunicação da infografia, que ocupa espaços maiores e privilegiados nas publicações brasileiras.

Referências

CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0 - visualización interactiva de información en prensa**. Madrid. Alamut. 2008

CAIXETA, Rodrigo. **A arte de informar**. (Associação Brasileira de Imprensa). Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556> Acesso em: 23 de janeiro de 2010.

CLAPERS, Jordi. **Los gráficos, desde fuera de la redacción**. In: Revista Latina de Comunicación Social. Número 9. setembro de 1998. La Laguna. Tenerife. Disponível em: [URL:http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36infojordi.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36infojordi.htm) Acesso em 20 de janeiro de 2010.

DE FATO, Jornal. **Conheça o Jornal de Fato**. folheto institucional. Mossoró, RN. 8 p.

DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo. El Periodista como Creador de Infografía**. Madrid, Editorial Síntesis, 1999

_____. **Siempre ha habido infografía** (3). Revista Latina de Comunicación Social, 5, 1998. disponível em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm> Acesso em 25 de janeiro de 2010.

FOLHA ON LINE. **Especial 2009 Gripe Suína**. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2009/gripesuina/> Acesso em 25 de janeiro de 2010.

LETURIA, Elio. **¿Qué es infografía?**. In: **Revista Latina de Comunicación Social** (4), abril de 1998. disponível em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/libroinfo/r4el.htm> Acesso em: 20 de janeiro de 2010

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Infografia multimídia avança na vanguarda no campo do jornalismo visual**. In: CONGRESSO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EM INTERNET, Salvador/BA., 2004, Disponível em: http://www.periodistaseninternet.org/docto_congresos-antiores/VcongresoBrasil/AIAPI%202004%20Walter%20Lima%20Jr.pdf. Acesso em: 22 de janeiro de 2010.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. **Infografia jornalística: substituta progressiva do fotojornalismo?**. IX Seminário Internacional de Comunicação. Porto Alegre. 2007



PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006

QUADROS, Itanael. **A infografia como representação visual da notícia da tragédia do voo 447**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba. 2009.

RODRIGUES, Adriana Alves. **Infografia na revista Veja: a imagem gráfica como indução do leitor**. Campina Grande. 2005. Monografia. Universidade Estadual da Paraíba.

_____. **Bases de dados e infografia interativa**. in SOSTER, Demétrio de Azeredo; SILVA, Fernando Firmino (org.). *Metamorfozes Jornalísticas 2 - a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul. Edunisc, 2009. pp. 194-214

SANCHO, José Luis Valero. **La Infografia de prensa**. Revista Latina de Comunicación Social, número 30, de junho de 2000, La Laguna (Tenerife). 2000. Acessado em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/z31jl/99valero.htm>

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3a edição. São Paulo: Contexto, 2008.

SECRETARIA DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE. **Situação epidemiológica da Influenza Pandêmica (H1N1) 2009 no Mundo e no Brasil, até a Semana Epidemiológica 47 de 2009**. Informe Epidemiológico. Ed. 11. Dezembro de 2009. Disponível em http://portal.saude.gov.br/portal/saude/profissional/visualizar_texto.cfm?idtxt=31267
Acesso em 20 de janeiro de 2010.

TEIXEIRA, Tattiana. **A presença da infografia no jornalismo brasileiro . proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso**. In: Revista Fronteiras, IX(2): 111-120, mai/ago 2007.

TEIXEIRA, Tattiana. **O uso do Infográfico na Revista Superinteressante – um breve panorama**. in SOUSA, Cidival; FERREIRA, Roberto e BORTOLIERO, Simone (org.). *Jornalismo Científico e Educação para as Ciências*. Taubaté: Cabral Editora, 2006, pp. 165-180.

_____. **Que beleza! O infográfico e o jornalismo informativo**. in FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (org.). *Edição de Imagens em Jornalismo*. Santa Cruz do Sul. Edunisc, 2008. pp. 162-183

TEIXEIRA, Tattiana; RINALDI, Mayara. **Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório**. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo. 2008.

THALITA, Izaíra. **“Gripe A, entre nós”**. revista Domingo, Jornal de Fato. Mossoró, RN. n 372, p 8-10, 2009.

VELHO. Ana Paula Machado. **O Jornalismo e a Infografia dos Veículos Impressos como Textos da Cultura**. Maringá. 2005.



Apêndice

Entrevista com a editora da revista Domingo, Izaíra Thalita, sobre o uso da infografia na publicação.

1- Como tem sido o uso dos infográficos na revista Domingo?

O Infográfico é usado constantemente para compor o conteúdo das matérias da Revista DOMINGO com o intuito de dar uma visão mais clara do tema proposto através do uso de imagens e texto. Muitas vezes o Infográfico ocupa um espaço privilegiado na página para que o leitor se sinta atraído por ele e pelas informações que possui e dependendo da importância do tema, pode até ganhar a capa, como foi o caso da edição 372 – Agosto de 2009 sobre a Gripe Suína.

2- Você percebe que as reportagens que trazem elementos infográficos ganham uma melhor repercussão ou são melhor assimiladas pelos leitores?

Sem dúvida nenhuma. No infográfico as informações estão disponibilizadas em diferentes elementos – foto, desenho, texto – que comprovadamente atraem mais o leitor.

3- Como foi a concepção para a criação da infografia da capa da revista Domingo sobre gripe suína?

O tema da Gripe Suína ganhou evidência na mídia em meados de 2009 e as dúvidas acerca do perigo e dos sintomas da doença, apesar de muito divulgados confundiam as pessoas. Percebemos que poderíamos trabalhar o assunto da doença que tinha seus primeiros casos na cidade em matéria e ao invés de inserir um infográfico junto com o conteúdo, como geralmente fazemos, decidimos mostrar a preocupação com o tema utilizando a capa para passar informações importantes sobre a doença.



A capa e a contra-capas são as únicas páginas coloridas da Revista, logo, as cores e as imagens do infográfico poderiam ser trabalhadas de maneira a deixá-la visualmente interessante.

A idéia foi elaborada pelo infografista Neto Silva que, antes, fez uma pesquisa sobre a doença e identificou como o vírus da nova gripe surgia e suas reações no corpo humano. Ele já vinha fazendo outros infográficos para o Jornal de maneira que não teve dificuldades de compor o Info, mais completo, com as informações essenciais. O resultado ficou realmente dentro das expectativas.

4- Você participa ativamente da produção dos infográficos (faz rascunhos, acompanha os projetos) ou a atividade se limita ao infografista?

Sim. Na maioria das vezes e mesmo sem ter talento para o desenho costumo fazer um esboço do cenário e dos itens que podem compor o infográfico. É importante ressaltar que o infografista geralmente espera que eu leve essas idéias para que somente depois ele possa criar em cima de uma proposta inicial. Muitas vezes a idéia é melhorada ao longo do processo de realização do infográfico até que este esteja dentro do esperado.

Com o infografista Neto Silva

1- O que você deste recurso dos infográfico na revista e quantos você produz por semana?

Aprendi ao longo da prática o sentido da infografia, que é passar a informação da melhor maneira possível, seja através de fotos, desenhos ou textos. Eu tenho uma rotina de produção de três ou quatro infos por semana, alguns mais complexos, outros mais simples. No geral, a repercussão tem sido muito boa para o Jornal de Fato.