



UM INFOGRÁFICO EMOCIONAL

AN EMOTIONAL INFOGRAPHIC

KÉRLEY WINQUES¹, MARIA GORETTI BAPTISTA BETENCOURT²

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO (UPF –RS)

Resumo: O presente artigo é o relato de uma pesquisa que objetiva compreender de que forma a emoção se revela no discurso midiático por meio do infográfico do site G1 sobre o Massacre no Realengo disponibilizado na internet. Tal investigação constitui-se de 02 etapas: 1) uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia e emoção, bem como a cerca da cibercultura, sua linguagem e características e ainda o webjornalismo ligado a infografia; 2) a apreciação do infográfico multimídia sobre o massacre disponibilizado no site G1, a partir da retirada e comparação das chaves de leitura encontradas no início da pesquisa. A análise permite a observação de que o infográfico do Massacre no Realengo possui emoção e sensacionalismo na sua construção e linguagem, uma vez que usa de apelos sedutores para interagir com e prender o leitor.

Palavras-Chave: Mídia; Emoção; Cibercultura; Webjornalismo; Infográfico.

Abstract: This article is the result of a research that aims to understand how emotion is revealed in the media discourse through the infographic site G1 on the Massacre in Realengo available on the internet. This research consists of 02 steps: 1) a literature review on the relationship between media and emotion, as well as some of cyberculture, its language and features and still connected to the web journalism infographics, 2) the appreciation of the infographic on the multimedia massacre on the website G1, and withdrawal from the comparison of reading keys found at the beginning of the research. The analysis allows the observation that the infographic Massacre in Realengo has emotion and sensationalism in its construction and language, since it uses the seductive appeals to interact with and attach the reader.

Keywords: Media; Emotion; Cyberculture; Webjournalism; Infographic.

¹ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo (UPF – Passo Fundo – Rio Grande do Sul). E-mail: ker.winques@gmail.com.

² Professora Mestre e pesquisadora da Universidade de Passo Fundo (UPF – Passo Fundo – Rio Grande do Sul). E-mail: bett@upf.br.



1. Webjornalismo interativo e sensacional

A contemporaneidade é composta por uma sociedade informatizada e globalizada, onde o capitalismo estabeleceu-se como modelo econômico predominante. Sua manutenção é um dos elementos-chaves para compreender porque as pessoas ansiosamente desejam adquirir novidades tecnológicas de informação. Conforme afirma Sodré (2006, p. 29), “é o que se explicita na realidade do mercado: o sujeito é sempre individual e só existe socialmente enquanto tem algo para comprar ou vender, ou pelo menos assim pense”. Nesse sentido, tais tecnologias emergem para suprir essas demandas, uma vez que, por meio delas, podem-se encontrar notícias³ e informações em tempo real.

Televisão, rádio, jornal, revista e internet. Meios ou plataformas de comunicação que compõem a mídia e que possibilitam à sociedade manter-se informada sobre o que acontece ao seu redor, onde tudo é instantâneo e está em movimento. Segundo Castells (2006), vive-se hoje a era da informação, onde as tecnologias constituem uma nova estrutura social em rede, é um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica onde o centro é as tecnologias digitais de informação e comunicação.

A internet trouxe uma nova perspectiva da realidade, as fronteiras foram diluídas permitindo ao homem explorar novas formas de interação. A liberdade de produção de conteúdos na internet faz dela uma plataforma exuberante e radicalmente presente no cotidiano das pessoas, compondo um cenário que permite compreender, empiricamente, porque, num ambiente livre assim, os espetáculos podem surgir em muitos sítios com o objetivo de comprometer seus usuários. Kellner (2006) lembra que sob a influência da cultura multimídia os apelos sedutores do discurso midiático fascinam os habitantes da sociedade de consumo e os envolvem nas semióticas do mundo do entretenimento.

Nessas semióticas, várias formas narrativas são usadas para alcançar as pessoas: vídeos, música, fotos e, mais recentemente, os infográficos, todos acompanhados de um velho mecanismo linguageiro, qual seja, o sensacionalismo. A linguagem dessa marca do jornalismo, segundo Angrimani, “não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade. É

³ Segundo Juarez Bahia, “a notícia, como a boa informação jornalística, deve reunir interesse, importância, novidade e veracidade.”

uma linguagem que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto” (1995, p. 16). A emoção é necessária, assim como a razão, e essa emoção é um elemento que permanece presente no jornalismo midiático. Sob essa perspectiva, Maturana destaca que “o peculiar do humano não está na manipulação, mas na linguagem e no seu entrelaçamento com o emocional [...]. O humano se constitui no entrelaçamento do emocional com o racional” (1998, p. 18).

O jornalismo usa da emoção para chamar atenção de seu público. Sodré fala da emoção e do espaço de realização humano:

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

3

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

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

Esta intensidade está ligada ao sensacionalismo, que se trata de uma notícia em cuja divulgação é utilizada uma linguagem apelativa, ou seja, mais baseada na emoção do que na razão, trazendo sentimentos primários à tona, simplificando polêmicas em vez de fornecer elementos que permitam pensar e formar opinião. Amaral (2006) afirma que o sensacionalismo está ligado ao exagero, à intensificação e à valorização da emoção, mas também à

exploração do extraordinário e à valorização de conteúdos descontextualizados. O sensacionalismo ressalta o aspecto do ato de tornar sensacional um acontecimento que, por critérios jornalísticos estritos, não mereceria esse tratamento. Para Angrimani “é na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas” (1995, p. 17).

É como se o texto fosse transformado, aumentado, deixando seu significado real. “O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma” (MARCONDES FILHO apud ANGRIMANI, 1995, p. 15). Quando uma notícia aborda o sensacional, ela chama atenção. O público automaticamente se conecta, por isso essa linguagem é tão usada no jornalismo, pois deste produto o povo gosta, vende bem.

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

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

Muitas estratégias são usadas para evidenciar esse sensacional nas notícias e a emoção é parte fundamental deste processo. Por meio dela busca-se chamar a atenção do público, comprometê-lo de forma superficial, mas intensa, com a informação.

A internet, hoje, é uma das principais plataformas que o ser humano usa para se comunicar, se informar, guiar-se e interagir. Para Lévy (2000), a cultura é uma rede, formada de correspondências entre sistemas simbólicos. Esse sistema constitui a dimensão do sentido do homem, que atualiza essa cultura. As pessoas a cada dia buscam a inovação, dentro deste contexto de criação, Lévy (2000) fala que os humanos adaptam, reparam e transformam esses sistemas simbólicos. É nessa adaptação e transformação dos símbolos que nasceu a cibercultura.



Nesse sentido cibercultural, Lemos (2003) desenvolve três leis da cibercultura. A primeira é chamada de lei da reconfiguração, que trata de reconfigurar práticas e espaços, sem substituir seus antecedentes. A segunda lei, liberação do polo da emissão, está presente nas formas de relacionamento social, de disponibilização de conteúdo e na circulação opinativa da rede. E na terceira e última lei, chamada lei da conectividade generalizada, as diferentes redes sociotécnicas contemporâneas apontam que é plausível estar só sem estar isolado.

Um conjunto de nós é encontrado na internet, que são o hipertexto, materializado em sites, blogs, redes sociais, canais etc., através dos quais é possível navegar. Lévy (1993) cria seis princípios para o hipertexto. O primeiro é o princípio da metamorfose, cujos preceitos destacam que a rede hipertextual está em constante construção e renegociação. No segundo princípio, o da heterogeneidade, é possível encontrar diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, que seriam as imagens, os sons, as palavras, as diversas sensações, os modelos etc. O terceiro princípio proposto por Lévy (1993) é o da multiplicidade e de encaixe das escalas, no qual o nó ou a conexão, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede. No quarto, o princípio da exterioridade, o tecido não tem nenhuma unidade orgânica nem motor interno. No quinto princípio, o da topologia, tudo funciona por proximidade, a direção dos acontecimentos é uma questão de topologia. Tudo que se deslocar deve usar da rede hipertextual tal como se encontra, caso contrário, deverá modificá-la e essa rede é o espaço. No sexto e último princípio, chamado princípio da mobilidade dos centros, a rede possui permanentemente múltiplos centros, e esses são móveis, saltando de um lado para outro.

Depois dos seis princípios citados por Lévy, o hipertexto é conceituado por ser formado por links, e são esses links que conduzem o usuário pelos caminhos da rede. No mundo virtual, a interatividade traz a possibilidade de o ser humano colaborar e participar mais dessa rede de comunicação online. Nesse contexto de participação do usuário, Machado destaca que “devido a uma tecnologia que permite a criação de um sistema comunicacional por meio da computação é possível a produção de um ambiente interativo onde o usuário possa explorar e interagir com o conteúdo” (2013, p. 04). Tal concepção é corroborada por Primo

e Cassol (2013), que afirmam que é a através do computador – que os usuários podem colaborar modificando a forma e o conteúdo das mensagens disponíveis na rede em tempo real.

Há muitos canais através dos quais é possível distribuir informações para o público, tais como o jornal impresso, a televisão e a rádio. Entretanto, todos eles podem ser ressignificados pela chegada da internet, que vem se tornando uma das grandes plataformas de comunicação contemporânea, onde o jornalismo, como tantas outras atividades sociais, se faz presente. Para Longhi (2013), às mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que provocaram a imprensa tradicional a desenvolver novas formas de atrair leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de conteúdo. Agora o texto se conecta ao áudio da rádio, às imagens da televisão e as fotos do impresso. Nesse sentido, Longhi (2013) diz que o espectro da convergência, no cenário do webjornalismo, é ampliado para a circulação e, ao citar González (2013), afirma que quando um meio inicia a convergência, busca aumentar as possibilidades de compartilhamento da informação através de todos os meios possíveis.

Para Canavilhas, “no webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (2013, p.03). Segundo o autor, recorrendo à técnica da pirâmide invertida⁴, o leitor apenas pode efetuar a leitura seguindo o roteiro definido pelo jornalista, e a interatividade não se torna tão presente no texto, já que ele segue uma linha de pensamento. Na web, destaca o autor, o jornalismo precisa usar da liberdade que ela lhe oferece, que é a de criar caminhos diferentes e utilizar recursos hipermediáticos. E “em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação” (CANAVILHAS, 2013, p. 07). Assim surge a pirâmide deitada:

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

⁴ Segundo Canavilhas, “A técnica da pirâmide invertida pode resumir-se em poucas palavras: a redação de uma notícia começa pelos dados mais importantes – a resposta às perguntas O quê, quem, onde, como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.” (CANAVILHAS, 2013, p. 05).

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

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

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

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

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

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

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



Considerada uma narrativa jornalística por Teixeira (2010), o infográfico constitui a união de texto com a imagem para explicar um fato ou complementar reportagens e notícias, além de ser usado para explicar casos ou conteúdos de difícil compreensão para o público. Em um infográfico se o texto for separado da imagem não será mais infografia, uma vez que a ausência de um desses dois elementos exclui a possibilidade de compreensão do texto. A autora ainda afirma que “um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas entre outros” (TEIXEIRA, 2010, p. 33).

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

Após essa divisão em grandes grupos, Teixeira ainda divide os infográficos em complementares e independentes. O complementar “diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, nesse caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão de algo, possibilitando a contextualização mais detalhada” (2010, p. 52). Este costuma ser indispensável na matéria, pois trás esclarecimentos que seriam maçantes ou confusos se fossem explicados usando uma narrativa textual. Já os independentes segundo Teixeira (2010), são caracterizados por não acompanharem reportagens ou notícias, geralmente são respostas a curiosidades e ainda usados para explicar e sistematizar informações, seja fenômenos biológicos ou físicos, inovações tecnológicas, e assim sucessivamente. Ainda sobre esse último tipo, a autora destaca sua aproximação com o grupo jornalístico, destacando que eram raros até recentemente e que “Aparecem como uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das



vezes através de vários recursos que, em conjunto compõem um infográfico complexo.” (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Teixeira (2013) e Figueiredo (2013) defendem uma relação entre forma e conteúdo. A primeira elenca “as características que podem transformar a infografia digital em um gênero jornalístico visual a partir da (1) utilidade (informativa, significativa, funcional e concordante) e da (2) visualidade (compreensível, estética, icônica, reológica – o estudo do seu dinamismo – e tipográfica verbal)” (2013, p. 7).

A hipertextualidade está cada vez mais presente no jornalismo, pois ela abre caminhos diferentes para o leitor, que pode escolher de que forma quer dar sequência à sua leitura. O hipertextual proporciona a interatividade, assim, os infográficos inseridos na web se tornam cada vez mais interativos, usando dos mais variados elementos e ferramentas. A infografia, assim como o jornalismo, quebra seus modelos com as antigas formas de produção da notícia. A evolução da internet proporciona à informação mais dinamismo, assim, podem ser acrescentados diferentes elementos, unindo movimento e interação.

1.2 Análise

Inicia-se agora a análise do infográfico do Massacre no Realengo que aconteceu na Escola Municipal Tasso da Silveira, no Rio de Janeiro, no ano de 2011. Foi escolhido o infográfico do site G1, que é uma infografia multimídia da reconstituição do crime. O G1 é um portal de notícias brasileiro mantido pela *Globo.com* e sob orientação da Central *Globo de Jornalismo*. O Portal destaca-se por seu conteúdo multimídia, tirando proveito das vantagens da internet sobre os meios tradicionais de comunicação. Para análise é apreciado o infográfico, a partir da retirada e da comparação das chaves de leitura encontradas nos capítulos iniciais desse trabalho: a) leis da cibercultura, segundo Lemos; b) princípios do hipertexto, segundo Levý; c) tipos de infográficos, baseando-se principalmente nas colocações de Teixeira; d) visualidade e utilidade, segundo Teixeira e Figueiredo; e) interatividade, conforme Primo; e f) pirâmide deitada, citada por Canavilhas. Ainda como chaves de leitura, tem-se: g) apelos sedutores da narrativa; e h) marcas da emoção e sensacionalismo.

1.2.1 Infografia emocionando no site G1⁵

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



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

a) Quanto às leis da cibercultura:

Considerando a caracterização feita por Lemos (2003), conclui-se que a lei da reconfiguração é a de maior destaque nesse material, uma vez que ela observa a transformação das práticas e mesmo das narrativas sem substituir ou aniquilar as anteriores. Isso porque o

⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/Tragedia-em-Realengo/noticia/2011/04/como-foi-tragedia-em-realengo.html>

infográfico selecionado não elimina nem torna invisíveis as notícias e as reportagens sobre o tema, mas mostra/relata o massacre sob uma estrutura distinta. Ao acessar o infográfico e por ele navegar, há, portanto, para o usuário, um potencial de entendimento do que teria acontecido dentro da escola, especialmente através do depoimento das pessoas que presenciaram o fato e possibilitaram sua reconstituição.

b) Quanto aos princípios do hipertexto

Sob outro aspecto, mas ainda relacionado às características da cibercultura e à sua linguagem propriamente dita, essa infografia também se encaixa no princípio da heterogeneidade, uma vez que nela é possível encontrar as diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, quais sejam imagens, sons e palavras. As imagens estão presentes por meio do recurso da animação, que é usada para demonstrar como teria acontecido toda trajetória do assassino dentro da escola. O texto verbal se manifesta nas legendas, que surgem na medida em que o usuário avança na leitura, e as palavras narram cada passo do homem armado. Por fim, tem-se o som, cujo referente são os disparos da arma feitos por Wellington diante das crianças. Ainda se encaixa no princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas, segundo o qual o nó ou conexão, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede, e essa rede, no infográfico do *GI*, é a rede de imagem+texto+som. Por fim, fazem-se presentes os elementos do princípio da topologia, que prevê que tudo funciona por proximidade e que a direção dos acontecimentos é uma questão de topologia. Tudo que se deslocar deve usar da rede hipertextual tal como se encontra. Nesse caso específico, toda narrativa está ligada à animação. Esses são os princípios de maior destaque dentro dessa infografia.

c) Quanto ao tipo de infográfico

Esse infográfico pode ser considerado independente já que está disponibilizado no *GI* sem uma reportagem que o antecede. Trata-se ainda de um infográfico jornalístico, pois está ligado a um aspecto mais singular, um fato ou uma situação real, de interesse do público. Essa singularidade é aquilo que faz com que esse massacre seja único, não sendo possí-



vel, por conseguinte, que esse infográfico fosse usado para demonstrar outro massacre, que dificilmente aconteceria da mesma forma.

d) Quanto à visualidade e à utilidade

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

e) Quanto à interatividade

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

f) Pirâmide deitada

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

Considerando-se os quatro níveis da pirâmide deitada proposta por Canavilhas, pode-se constatar que esse infográfico se organiza da seguinte forma: na unidade de base, tem-se

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

g) Apelos sedutores da narrativa

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

Também é possível considerar que as cores e os sons utilizados pelo infográfico são apelos sedutores para o leitor, que acordam sua emoção. Ao representar o assassino pela cor vermelha, o infográfico permite que sejam estabelecidas algumas relações, como se o sangue de cada criança que foi morta estivesse manchado na personagem de Wellington. Nesse

mesmo sentido, as faíscas que saem da arma no momento do tiro podem despertar a sensação de medo e da morte a cada disparo.

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

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

h) Marcas da emoção e sensacionalismo

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

Entretanto, como se trata da reconstituição de um crime, a narrativa pode mais do que emocionar. Ela pode também sensacionalizar, particularmente na medida em que coloca uma lupa e amplia o fato, constrói sua extensão mesmo que ela não tenha sido documentada. Os disparos feitos pelo assassino, por exemplo, nesse infográfico, representam momentos

que as câmeras não puderam captar, e a revelação desse referente pode chocar as pessoas. No mesmo sentido, vê-se as crianças, que na animação estão paradas em suas classes, serem atacadas por um “monstro vermelho” que entra na sala e acaba com suas vidas.

Ainda acerca dessa chave de leitura, os personagens dessa história chocam porque as vítimas são crianças que têm suas vidas interrompidas, sonhos que não serão realizados, e isso é visto com muita tristeza pela sociedade. O lugar que deveria ser seguro – a escola – se tornou campo de horror para os estudantes que nela estavam presentes. Falando da ligação entre criança e escola – considerando que o ambiente escolar é a segunda família para os alunos –, com o acontecimento do massacre esse ambiente familiar é quebrado e o educandário deixa de ser um ambiente protegido. A escola de Realengo vista através da animação desse infográfico do *G1* deixa de representar essa estrutura na vida das pessoas, o lugar que seria seguro, como sugere a reconstituição, passa a ser inseguro, já que as falhas na segurança são vistas através da animação. Assim, o infográfico traz o caminho traçado dentro da escola, mostrando toda fragilidade que esse ambiente pode ter. Dessa forma, dois minutos foram suficientes para mostrar o ambiente frágil da escola onde ocorreu o massacre, cada cena reforça a lição de Moraes (2006), que afirma que o que se perde em durabilidade se ganha em intensidade.

Para Angrimani (1995), é na exploração das perversões, fantasias e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas. De acordo com o autor, quando uma pessoa está diante de uma notícia sensacionalista, ela fica chocada e se sente atraída, pois se depara com questões que não são comuns no seu dia a dia, como tragédia, violência e morte.

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

REFERÊNCIAS

- ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.
- AUMONT, Jacques. *A imagem*. Trad. de Estela dos Santos Abreu, Cláudio C. Santoro; Revisão técnica Rolf de Luna. – 16. ed., Campinas, SP: Papyrus, 2012.
- CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 06 maio 2013.
- CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiaticizada*. (Org.) Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 225-231.
- FIGUEIREDO, Suely. *Analisando infográficos*. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/iiiisbpjour2005_-_cc_-_tattiana_teixeira_-_suely_figueiredo.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013.
- KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiaticizada*. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 119-147.
- LEMOS, André. *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, Editora 34, 1999.
- _____. A internet e a crise do sentido. In: PELLANDA, Nize Maria Campos e PELLANDA, Eduardo Campos. *Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 21-35
- LONGHI, Raquel Rither. *Webnotícia e linguagem hipermídia: como conta o jornalismo online*. Disponível em: <http://posjour.ufsc.br/files/2012/01/projeto-RAQUEL.pdf>. Acesso em: 26 maio 2013.
- MACHADO, Augusto, SANTOS, Layse e Tanaka, Misaki. *O potencial do vídeo interativo nas novas mídias*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0935-1.pdf>. Acesso em: 07 maio 2013.
- MATURANA, Humberto. *Emoções e linguagem na educação e na política*. Trad. de José Fernando Campos Fortes. Belo Horizonte: UFMG, 1998.



- MORAES, Dênis de. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: _____. *Sociedade midiaticizada* (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 33-49.
- PRIMO, Alex; CASSOL, Márcio. *Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias*. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756> Acesso em: 07 maio 2013.
- SELIGMAN, Laura e COZER, Karis Regina Brunetto. *Jornais Populares de qualidade: ética e sensacionalismo em um novo padrão do jornalismo de interior catarinense*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornais-seligman.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2013.
- SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.
- TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.
- _____. *Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar*. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada_2_.tattiana_teixeira.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2013.