**O USO DE INFOGRÁFICOS INTERATIVOS NA COBERTURA JORNALÍSTICA SOBRE A PANDEMIA DE COVID-19**

Dayana Melo da Silva[[1]](#footnote-1)

**Resumo:** Os infográficos fazem parte da narrativa jornalística e estão integrados aos múltiplos formatos e diferentes suportes que a configuram. No contexto do jornalismo digital, além de elementos imagéticos e textuais, os infográficos podem ser compostos por sons, vídeos e movimentos que demandam a interação dos leitores. Durante a atual pandemia de Covid-19, esses infográficos interativos aparecem como um dos principais recursos utilizados pelo jornalismo digital na construção de narrativas e produção de informações acerca do novo coronavírus. A fim de compreender esse processo, a pesquisa buscou mapear, observar e descrever infográficos interativos referentes à pandemia produzidos por portais de notícias nacionais e estrangeiros. Por fim, a pesquisa ressaltou a necessidade aprofundar essas análises, apontando para o papel das bases de dados na construção de infográficos e narrativas jornalísticas orientadas à visualização.

**Palavras-chave:** Infográficos interativos. Jornalismo digital. Ciberjornalismo. Jornalismo profissional. Covid-19.

**Introdução**

A pandemia de Covid-19, provocada pelo coronavírus SARS-CoV-2, vem transformando as nossas práticas e hábitos cotidianos. Uma transformação que se estende a todas as esferas da vida social, trazendo com ela algumas outras urgências, como a ênfase na valorização do saber científico e da informação em um tempo que é também caracterizado pelos negacionismos e *Fake News*. Isso indica que, na época da pós-verdade, a informação jornalística deve receber atenção acentuada. Do mesmo modo, em um cenário de crise sanitária global, cabe aos profissionais e veículos de imprensa atuarem na construção de narrativas fundamentadas em dados e achados empíricos previamente validados, buscando as melhores estratégias para a produção e distribuição dessas informações para sociedade em geral.

Pesquisas recentes apontam para uma inflexão positiva no restabelecimento da relação entre o público e o jornalismo profissional diante da pandemia. De acordo com o Relatório Especial do Edelman Trust Barometer, 64% da população de 10 países, incluindo o Brasil, veem os veículos de imprensa profissionais como a fonte mais confiável de informação sobre o novo coronavírus[[2]](#footnote-2). Nessa mesma direção, está a pesquisa do Instituto Datafolha, em levantamento realizado na primeira semana de abril, que aponta que os programas jornalísticos na TV e os jornais impressos lideram o índice de confiança na divulgação de informação sobre o novo coronavírus, com 83% e 79% de confiança, respectivamente. Eles são seguidos dos sites de notícias e programas jornalísticos no rádio, com 72% e 64%. E apenas por último está a rede social Facebook, com 30%, e o aplicativo multiplataforma de mensagens WhatsApp, com 28% de confiança[[3]](#footnote-3). Dados de O Globotambém mostram que o número de acessos ao site do grupo aumentou significativamente durante a cobertura da pandemia, atingindo um pico histórico de audiência, com 235 milhões de acessos e 71 milhões de visitantes apenas no mês de março[[4]](#footnote-4).

Esses dados estatísticos demonstram que o campo jornalístico - em seus múltiplos formatos e diferentes suportes, que podem ser mecânicos, eletrônicos e digitais - vem cumprindo, durante a pandemia de Covid-19, o papel de mediador entre ciência e sociedade, estabelecendo-se como a fonte mais confiável de informação para a maior parte da população. No contexto específico do jornalismo digital, o processo de apuração, produção, distribuição e circulação de produtos jornalísticos tem nos próprios dispositivos e arquiteturas digitais e em rede potentes aliados, que auxiliam no aperfeiçoamento da informação jornalística com base em novas experiências e ferramentas, como os infográficos interativos, objeto de interesse deste estudo.

**Infográficos interativos e narrativa jornalística**

Os infográficos fazem parte da narrativa jornalística, constituindo-se para muitos autores não como simples ferramenta ou técnica, mas como um subgênero do jornalismo informativo (TEIXEIRA, 2010). Isso se pensamos com base em uma perspectiva de narrativa jornalística dividida em dois gêneros, a saber, informativo e opinativo (GOMIS, 1991). Porém, se estendermos essa compreensão, veremos que os infográficos também podem constituir subgêneros do jornalismo interpretativo, utilitário e mesmo diversional (MARQUES DE MELLO, 2010). De acordo com a definição de Teixeira:

[...] o infográfico é composto por elementos icônicos e tipográficos e pode ser constituído por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais, inclusive aqueles mais abstratos e não necessariamente icônicos. Esta relação entre imagem e texto, indissociável, é para nós umas das principais características da infografia jornalística [...] Na internet, a produção de infográficos pode incluir recursos multimídia – como vídeos e áudios – e, no caso do chamado infográfico dinâmico, permitir que o leitor utilize informações disponibilizadas em banco de dados para construir a infografia, a partir de suas demandas específicas, estabelecendo graus cada vez mais crescentes de interatividade (TEIXEIRA, 2010, p. 18–19).

Essa associação entre imagem, texto e, no caso dos infográficos interativos, movimento, na construção da narrativa jornalística, busca ampliar a compreensão do fenômeno e melhor contextualizá-lo. Os infográficos não anulam e nem se opõem à notícia ou à reportagem, mas a complementam, porém, um bom infográfico deve apresentar uma narrativa completa, isto é, ele deve ser capaz de fazer com que a mensagem seja entendida sem que para isso o leitor ou usuário deva recorrer, necessariamente, ao texto. Como afirma Moraes (1998, p. 111) “[...] a infografia [...] pode ser entendida como um esforço de apresentar, de maneira clara, informações complexas o bastante para serem transmitidas apenas por texto”.

O estatístico e designer de informação Tufte (2001, p. 9) destaca que, independentemente do suporte, se feito por um desenhista ou produzido por computador, infográficos são “Instrumentos para raciocinar sobre informações quantitativas”, e acrescenta que “Bons infográficos dão sentido aos dados por meio da apresentação visual, transformando ideias normalmente obscurecidas em texto e números em ideias claras e precisas” (TUFTE, 2001, p. 53). Definição semelhante pode ser encontrada em um texto publicado pela Associação Brasileira de Imprensa (ABI):

É uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser sobretudo atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço. Normalmente utilizado em cadernos de Saúde ou Ciência e Tecnologia, em que dados técnicos estão mais presentes, o infográfico vem atender a uma nova geração de leitores, que é predominantemente visual e quer entender tudo de forma prática e rápida. Segundo pesquisas, a primeira coisa que se lê num jornal são os títulos, seguidos pelos infográficos, que, muitas vezes, são a única coisa consultada na matéria (CAIXETA, 2005, p. 1).

Bogost *et al* (2010) afirmam que os infográficos contextualizam dados de modo a avaliar causa e efeito, permitir comparações quantitativas, apresentar alternativas e auxiliar nas tomadas de decisões. Além de informar, os infográficos ajudam a revelar detalhes da informação. Inicialmente usados na economia, matemática e ciências exatas, não demorou muito para que os infográficos encontrassem uma aplicação mais ampla, o que inclui o campo jornalístico.

Na impressão, os infográficos são estáticos por necessidade. Os infográficos digitais, por outro lado, envolvem computação e a manipulação do usuário das informações subjacentes. Na sua forma mais simples, um infográfico digital pode exibir informações auxiliares em camadas, de modo que detalhes adicionais sejam revelados quando um usuário move o ponteiro do mouse sobre um objeto específico. Porém, infográficos digitais genuínos tornam a interação parte do entendimento: os infográficos analógicos são *lidos*, enquanto os infográficos digitais são *operados* (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 40, tradução nossa).

Esse fator operacional descrito acima se aproxima da ideia de interatividade. Nichani e Rajamanickam, no texto *Interactive Visual Explainers — A Simple Classification*, de 2003, cunham o termo interativos para ressaltar esse processo que se dá por meio da interação. De acordo com os autores, os infográficos digitais interativos têm o potencial de liberar as informações das restrições rígidas da palavra impressa. Os autores oferecem quatro categorias para os infográficos interativos: narrativa (usada para contar histórias diretas), instrutiva (fornece instruções passo a passo para alcançar um único objetivo), exploratória (permite que o usuário se envolva em seus próprios processos de criação de sentido), simulatória (permite que o usuário compreenda os processos de um sistema) (NICHANI; RAJAMANICKAM, 2003).

Ao analisar essas categorias, Bogost *et al* (2010) as descrevem como capazes de oferecer maneiras úteis de agrupar exemplos ou orientar a produção, porém os autores preferem se concentrar nos possíveis usos dos infográficos, propondo, assim, três padrões principais de uso para infográficos, tanto os digitais como os não-digitais: infográficos explicativos (retratam dados específicos para consumo simultâneo), infográficos exploratórios ou de forma livre (permitem que os participantes tirem várias conclusões manipulando dados de acordo com objetivos ou ideias pessoais), infográficos direcionados (orientam os leitores por meio dos dados de uma maneira específica, levando a uma experiência compartilhada de síntese) (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 42–43).

Com efeito, quando falamos de infográficos podemos falar tanto das aplicações mais tradicionais como das técnicas de processamento e visualização de informações mais complexas. Os infográficos são utilizados pelo jornalismo digital em sua forma estática, animada e interativa. Essa última, por ser manipulável, permite uma verdadeira imersão do usuário na informação, sendo esse usuário capaz de escolher com base em qual perspectiva ele quer construir a sua leitura. É talvez nesse sentido que Errea (2008, p. 66) vê na infografia um poder imenso, significando “um mundo de formatos para explorar”.

Observamos que a passagem para o digital ampliou significativamente as potencialidades da infografia, fazendo com que ela, assim como a própria informação jornalística, se integrasse a esses novos suportes, modificando-se e complexificando-se. Foram os eventos de 11 de setembro de 2001 que marcaram um aumento considerável no número de infografias produzidas e disponibilizadas em rede (RIBAS, 2004, p. 5), contexto no qual essas infografias passaram a agregar textos, imagens, sons, vídeos, movimentos e interação, tornando-se um atrativo em relação às infografias impressas.

Me encanta “abrir coisas”. Quem de pequeno não sentiu um imenso prazer em desmontar o rádio de seu pai, só para ver o que tinha dentro? Na infografia impressa não é possível mostrar um objeto ao mesmo tempo aberto e fechado, a menos que se tenha espaço de sobra na página, o que quase nunca ocorre. [...] Já na infografia animada podemos nos dar ao luxo de mostrar o objeto com todos os seus detalhes. Primeiro fechado: o usuário o vê tal como é por fora. Depois, aberto, com tudo o que tem por dentro. [...] Quando se acostuma com o melhor, é difícil regressar ao que é somente bom (CAIRO, 2003).

Contudo, se pensarmos em termos de genealogia dos infográficos no contexto digital, veremos em um primeiro momento um movimento predominante de simples transposição dos infográficos utilizados no formato impresso para o digital (LAYAN, 2019, p. 14). Esse mesmo movimento pode ser percebido na própria narrativa jornalística digital, que pode ser compreendida, inicialmente, com base em três gerações distintas, conforme descrito na tabela abaixo (Tabela 1):

Tabela 1 – Gerações de desenvolvimento do jornalismo no contexto digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Primeira Geração**  **Transposição** | **Segunda Geração**  **Metáfora** | **Terceira Geração**  **Webjornalismo** |
| Produtos oferecidos eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na internet. Material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso. A rotina de produção também estava atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos. Não havia qualquer preocupação com uma forma inovadora de apresentação das narrativas jornalísticas. A presença na web correspondia mais à possibilidade de ocupar um espaço, sem explorá-lo, enquanto um meio que apresenta características específicas. | O aperfeiçoamento e o desenvolvimento da estrutura técnica da internet no Brasil (que segue uma tendência mundial, no final dos anos 90 do século XX), permite identificar uma segunda fase. Mesmo atrelados ao modelo do jornal impresso, os produtos começam a explorar as características oferecidas pela rede. É a fase em que o impresso é a referência para a elaboração das interfaces dos produtos. Por isso, é chamada de “fase da metáfora”. Recursos que são usados: *links* com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; *e-mail*, para a comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. | O cenário vai se modificando a partir da crescente popularização do uso da internet e também do surgimento de inciativas tanto empresariais quanto editoriais destinadas exclusivamente para esse suporte. São *sites* jornalísticos que exploram a ideia de uma versão para a *web* de um jornal impresso já existente. Nesse estágio, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons a animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como *chats* com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos. |

Fonte: Mielniczuk *apud* Barbosa, 2007, p. 148.

A essas três gerações de desenvolvimento do jornalismo no contexto digital, Barbosa acrescenta o que ela define como uma “fase de transição” entre a terceira e uma quarta geração, que é marcada pelos seguintes elementos:

[...] base tecnológica ampliada, acesso expandido por meio de conexões de banda larga; proliferação de plataformas móveis; equipes mais especializadas; uso expandido de bases de dados; algoritmos; linguagens de programação; desenvolvimento de sistemas de gestão de conteúdos mais complexos; maior incorporação dos blogs; adoção de sistemas que habilitem a participação efetiva do usuário na produção de informações; produtos diferenciados criados e mantidos de modo automatizado; sites dinâmicos; narrativas multimídia; utilização de recursos como RSS (*Really Simple Syndication* ou *Rich Site Summary*) para recolher, difundir e compartilhar conteúdos; uso da técnica do podcasting para distribuição de conteúdos em áudio e em vídeo; experimentação de novos elementos conceituais para a organização da informação; maior integração do material de arquivo na oferta informativa; emprego de metadados e data mining para extração de conhecimento; e aplicação de novos métodos para gerar visualizações diferenciadas para os conteúdos jornalísticos (BARBOSA, 2007, p. 201).

Conforme evidencia Palácios (2003), o jornalismo digital apresenta características como hipertextualidade, interatividade, multimidialidade, personalização, armazenamento de dados e instantaneidade. Essas características reverberam nos subgêneros e/ou ferramentas jornalísticas, que se acrescem, na atualidade, de um novo elemento, a saber, a mobilidade. Com isso, as mídias móveis e locativas aparecem como propulsoras de um novo ciclo de inovação, ou de uma quinta geração do jornalismo digital, caracterizada, por sua vez, pela medialidade, horizontalidade e por um *continuum* multimídia, além dos próprios dispositivos móveis, aplicativos e produtos autóctones que a compõem, como bem demonstra Barbosa, segundo a qual:

Neste contexto, as mídias móveis, especialmente *smartphones* e *tablets*, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. As mídias móveis são também propulsoras de um novo ciclo de inovação, no qual surgem os produtos aplicativos (*apps*) jornalísticos para *tablets* e *smartphones* (BARBOSA, 2013, p. 42)

É precisamente explorando essas potencialidades do digital e as suas contínuas atualizações que os infográficos evoluem em direção à interatividade e à multimidialidade. Com isso, os infográficos vão seguindo estágios de evolução semelhantes ao próprio jornalismo digital. Assim, os infográficos digitais, interativos e multimídia, devem considerar o design da informação e da interação, e uma experiência do usuário que pode ser fixa (*desktop*) ou móvel (*smartphones*, *tablets*). A esse respeito, Siricharoen indica que “A mente humana pode reconhecer informações visuais de maneira mais bem-sucedida e duradoura quando comparada à transferência de informações por escrito ou verbal”, e acrescenta que “[...] o design do infográfico deve ser experiente para transmitir a visualização de dados” (Siricharoen, 2013, p. 170-171, tradução nossa).

De modo geral, os gráficos permitem explorar dados e observar padrões que nenhuma outra abordagem pode alcançar. Siricharoen (2013, p. 171) também destaca alguns principais tipos de infográficos baseados em sua usabilidade: baseado em estatística (inclui diagramas, gráficos, tabelas e listas, e mostra, entre outras coisas, uma associação sequencial), baseado em linha do tempo (mostra a sequência de eventos de acordo com o momento em que cada evento aconteceu, permitindo ao usuário realizar relações cronológicas muito rapidamente), baseado em processo (pode fazer com que os leitores entendam sobre suas práticas com base em um determinado e limitado espaço), e baseado em localização ou geografia (além de mapas, incluem símbolos, ícones, diagramas, gráficos, tabelas, setas e marcadores.). Assim, os infográficos se constituem como uma representação visual de dados que devem ser posteriormente interpretados, por isso a insistência para que esses infográficos sejam concebidos de modo a fornecer informações complexas de maneira simples.

**Mapeamento e descrição de casos exemplares e primeiros resultados da pesquisa**

Durante a atual pandemia de Covid-19, observamos que os infográficos interativos aparecem como um dos principais recursos utilizados pelo jornalismo digital na construção de narrativas e produção de informações sobre o novo coronavírus e os seus efeitos individuais e coletivos. Importantes veículos de imprensa estrangeiros, como a *BBC News*, *The Economist*, *The Guardian*, *Financial Times*, *The New York Times* e *The Washington Post*, utilizaram esse tipo de recurso a fim de tornar o entendimento acerca do novo coronavírus mais claro e preciso, conforme preconiza Tufte (2001) ao descrever o que ele considera um “bom infográfico”.

Utilizando dados da *Johns Hopkins University*, a equipe de jornalismo visual e de dados da *BBC News* criou um mapa interativo no qual é possível acompanhar o número de casos e de mortes pela Covid-19 no mundo e em continentes e regiões específicas do globo, além do número de casos por país*[[5]](#footnote-5)*. Nessa mesma direção, está o mapa criado pelo *Economist* com as localidades mais afetadas pela Covid-19 nos Estados Unidos da América*.* Na reportagem, também é possível observar a utilização de tabelas e gráficos de linhas, todos igualmente interativos, como forma de ilustrar a evolução da doença no país[[6]](#footnote-6). O *Guardian* também criou uma série de mapas interativos com dados referentes aos Estados Unidos da América, Reino Unido e Austrália, além de um mapa interativo global com dados sobre o total de casos e de mortes no mundo e os novos casos e mortes diárias[[7]](#footnote-7). Já o *Financial Times* criou uma série de gráficos informativos, interativos e atualizáveis, com a trajetória da Covid-19 em cada país do globo e estado americano[[8]](#footnote-8).

Destacamos, ainda, o mapa produzido pelo *New York Times* que mostra como o novo coronavírus se espalhou pelo mundo com base na análise dos fluxos de deslocamento de milhões de pessoas. Isso foi feito graças ao rastreamento de milhões de telefones celulares partindo de Wuhan, capital e maior cidade da província de Hubei, na China, considerada o epicentro da pandemia. Apenas no primeiro dia de janeiro, um dia depois da China enviar uma notificação à Organização Mundial da Saúde sobre um grupo de casos de “pneumonia de causa desconhecida” registrados em Wuhan[[9]](#footnote-9), e dia inicial do rastreamento dos deslocamentos, pelo menos 175 mil pessoas deixaram a cidade. E em todo o mês de janeiro, antes das restrições de viagem no país, cerca de sete milhões de pessoas deixaram Wuhan. Enquanto se lê essas informações, é possível visualizar os fluxos de deslocamento e o aumento no número de casos pelo mundo, que seguem uma linha temporal. O mapa também mostra o aumento no número de viajantes infectados e constrói um paralelo entre o número de casos e os deslocamentos. A matéria também reconstrói de maneira ilustrativa o aparecimento dos primeiros casos da doença, a ligação entre esses casos e o mercado de Wuhan e a demora do governo chinês em alertar à população local e global sobre o surgimento da doença, finalizando com um mapa ilustrativo dos casos nos Estados Unidos da América, um dos atuais epicentros da pandemia[[10]](#footnote-10).

Nessa mesma linha de mapeamento de fluxos de deslocamento, só que hipotético, o *Washington Post* criou uma série de simulações de contágio da doença a fim de mostrar como ela se espalha de maneira exponencial e quais medidas devem ser tomadas para “achatar a curva”, isto é, reduzir a rápida disseminação da doença. Na primeira simulação, sem a imposição do distanciamento social, a pessoa infectada tem liberdade para circular e infectar outras pessoas. Na segunda simulação, com a imposição de quarentena forçada, observamos a impraticabilidade desse tipo de ação. Já a terceira simulação retrata a imposição de medidas moderadas de distanciamento social, e a quarta um distanciamento social extenso. Em seguida, são construídos quatro gráficos com os resultados das quatro simulações indicando como o amplo distanciamento social seria a melhor solução para o enfrentamento da pandemia[[11]](#footnote-11). Tal narrativa orientada à visualização, também chamada “simulador do coronavírus”, se tornou a matéria mais lida da edição digital do jornal[[12]](#footnote-12).

Além do aspecto informativo, observamos tanto na reportagem do *New York Times* quanto na reportagem do *Washington Post* acima descritas um caráter de gamificação da notícia. Esse atributo de jogabilidade que acompanha as narrativas orientadas à visualização e interativas fazem parte de um mesmo processo. Nesse sentido, também destacamos o desenvolvimento de simulações jogáveis com temáticas relativas à pandemia[[13]](#footnote-13) e mesmo de jogos eletrônicos propriamente ditos, como o *SurviveCovid-19*[[14]](#footnote-14), cujo objetivo é melhorar a conscientização sobre as medidas de distanciamento social e de saúde no contexto da pandemia. Sobre essa relação entre infográficos e *newsgames* é importante lembrar que Bogost *et al*. (2010) veem os primeiros como componente das segundas. Assim, ao simular situações, as *newsgames* e os infográficos games constroem modelos nos quais as pessoas podem “interagir-com”, tal qual os infográficos interativos.

No contexto brasileiro, a utilização de recursos interativos também aparece como uma constante na cobertura jornalística sobre a pandemia de Covid-19. Nesta pesquisa, damos ênfase ao mapeamento, observação e descrição de infográficos interativos produzidos por três portais de notícias nacionais, a saber, O Globo, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo. Porém, gostaríamos de ressaltar que esses infográficos compõem um amplo processo de cobertura sobre a pandemia, cujo caráter multiplataforma não deve ser ignorado[[15]](#footnote-15).

Entre as visualizações e infográficos sobre a pandemia produzidos pelo Globo, destacamos o mapa interativo no qual é possível acompanhar o número de casos e de mortes pela Covid-19 no Brasil e no mundo[[16]](#footnote-16), que segue a mesma linha de concepção de outros infográficos produzidos e disponibilizados por outros veículos de imprensa nacionais e estrangeiros já mencionados neste estudo. O Globo também criou um infográfico interativo no qual é possível consultar o risco de contágio do coronavírus por profissão[[17]](#footnote-17). O levantamento foi feito com base em dados produzidos pelo LABORe e pelo Laboratório do Futuro da Coppe, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Por meio do infográfico é possível fazer uma filtragem por área profissional e verificar o índice de risco, se alto, significativo, médio ou baixo, por profissão específica. A matéria também é ilustrada com um gráfico de pizza, um gráfico de barras e uma tabela, inter-relacionando texto e visualizações.

O portal de notícias Estadão também criou uma ferramenta interativa para o acompanhamento dos principais números da pandemia de Covid-19 no Brasil e no mundo. Entre os recursos utilizados está um mapa interativo com o número de casos registrados por país, tabelas e gráficos de barras com dados globais, além de um mapa interativo com o número de casos registrados e mortes por estado brasileiro, e um gráfico de linhas interativo com o número de casos da doença confirmados no país[[18]](#footnote-18). Para elaboração dos mapas, gráficos e tabelas, o portal utiliza dados de instituições estrangeiras e nacionais, como os dados produzidos pela *Johns Hopkins University*, Ministério da Saúde, secretarias de saúde estaduais e o Consórcio de Veículos de Imprensa, tendo esse último sido criado por veículos de imprensa nacionais exatamente para reunir informações sobre a pandemia no Brasil. O Estado também desenvolveu um “monitor da pandemia”, infográfico interativo no qual é possível acompanhar a evolução dos casos de Covid-19 no Brasil e compará-la a de países igualmente afetados pela doença[[19]](#footnote-19). A mesma peça traz, ainda, uma série de gráficos mostrando as medidas adotadas pelas autoridades dos países que serviram de comparativo. Outro monitor desenvolvido é o “monitor do novo coronavírus nos estados”, que apresenta a evolução dos casos de Covid-19 por estados da federação e o Distrito Federal, no painel criado é possível escolher o estado a ser visualizado, o número total de casos e o número por 100 mil habitantes. A mesma matéria também traz um gráfico para cada estado do país e o Distrito Federal com dados sobre a evolução da curva de disseminação em cada um deles[[20]](#footnote-20). Outra série de infográficos interativos mostra dados sobre evolução do coronavírus por cidades e microrregiões do país. Ao todo são quatro infográficos interativos com dados sobre a evolução de casos confirmados, novos casos confirmados por dia, evolução do total de mortes e o número de novas mortes por dia[[21]](#footnote-21).

A Folha de São Paulo também criou um infográfico no qual podemos acompanhar e comparar os números de casos e mortes por Covid-19 no Brasil, Itália e Estados Unidos[[22]](#footnote-22). Em outro infográfico interativo analisado é possível seguir a evolução da doença no estado de São Paulo. A matéria também apresenta outros gráficos com o número de casos por 100 mil habitantes, número de casos por dia, número de óbitos por 100 mil habitantes, número de óbitos por dia, índice de isolamento e número de testes feitos[[23]](#footnote-23). A Folha também produziu durante a pandemia valiosos exemplos de narrativas interativas, transversais e orientadas à visualização, como as “Histórias de vítimas do novo coronavírus”[[24]](#footnote-24) e os “profissionais essenciais contra o coronavírus”[[25]](#footnote-25), projeto que mostra a rotina de trabalhadores de diferentes áreas que continuam exercendo as suas funções durante a pandemia. Além de um mosaico com os rostos desses trabalhadores, cada imagem nos carrega para uma história encenada por falas e registros fotográficos.

Em suma, todos os infográficos interativos mapeados, observados e descritos, se misturam a mapas interativos e narrativas orientadas à visualização as compondo e sendo por elas compostos. Essa abertura e circularidade também podem ser definidas como características desses infográficos e da informação jornalística em ambientes digitais e em rede. É a própria ambiência atual do digital, pervasiva e ubíqua, que favorece esse cenário de complexidades, mutações e interações contínuas.

**Considerações finais**

A pesquisa buscou mapear, observar e descrever infográficos interativos referentes à pandemia de Covid-19 produzidos por portais de notícias nacionais e estrangeiros. Entre os infográficos analisados, destacam-se os mapas interativos por meio dos quais é possível acompanhar o número de casos e de mortes pela Covid-19 no mundo, bem como em continentes, regiões, países, estados e cidades específicas. Gráficos de linhas, interativos e atualizáveis, também aparecem como um recurso fortemente utilizado nos quais, além do acompanhamento da evolução da pandemia de modo global e em contextos locais, é possível construir um comparativo do impacto da pandemia em diferentes países e cidades. Mapas com os fluxos de deslocamento de pessoas rastreados com base nos fluxos de deslocamento de smartphones também foram concebidos a fim de ilustrar como a doença se espalhou pelo mundo. A esses mapas e gráficos, acrescem-se visualizações de simulações e outras narrativas orientadas à visualização. Todo esse material evidencia a tentativa de tornar os dados referentes à pandemia assimiláveis pela sociedade. O que nos conduz a necessidade de aprofundar a análise, incorporando discussões acerca do papel dos bancos de dados e do *Big Data* na construção dessas ferramentas e narrativas.

**Referências**

BARBOSA, S. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) – um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BARBOSA, S.  Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013.

BOGOST, I.; FERRARI, S.; SCHWEIZER, B. **Newsgames: journalism at play**. Cambridge, Mass: MIT Press, 2010.

CAIRO, A. **Infografia, Periodismo Visual y Literatura**. 2003. Disponível em: <http://www.albertocairo.com> Acesso em: 05 maio 2020.

CAIXETA, R. A arte de informar. In: **Jornalismo na prática**: a arte de informar. 2005. Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=556> Acesso em: 05 maio 2020.

ERREA, J. Por qué la infografia salvará a los diarios. In: PEREZ, Á.; GIL, A. (Org.). 15 **Premios Internacionales de Infografía Malofiej**. Pamplona: SND-E/Universidad de Navarra, 2008. p. 56–71.

GOMIS, L. **Teoria del periodismo – como se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991.

LAYAN, É. **Tendances des infographies en ligne**. Étude de cas : How Mariano Rivera Dominates Hitters, infographie multimédia, narrative et linéaire. 2012. Master (Sciences de l’information et de la communication) - Université Grenoble Alpes, Grenoble, 2012.

MARQUES DE MELO, J. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., Caxias do Sul, 2010. **Anais eletrônicos**... São Paulo: Intercom, 2010.

MORAES, A. **Infografia**: o design da notícia. 1998. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1998.

NICHANI, M.; RAJAMANICKAM, V. Interactive Visual Explainers — A Simple Classifi cation. **eLearningPost**. September 1, 2003. Disponível em: <http://www.elearningpost.com/articles/archives/interactive_visual_explainers_a_simple_classification/> Acesso em: 05 maio 2020.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador, Calandra, 2003.

RIBAS, B. Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo. In: CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET, 5., Salvador, 2004. **Anais do V SBPJor (CD-ROM)...** Salvador-BA/Brasil, 2004.

SILVA, D.K.M. da. Jornalismo de dados em contextos multiplataforma. In: MEDIACOM, São Paulo, 2019. **Anais Mediacom…** São Paulo, 2019, p. 176-190.

SIRICHAROEN, W. **Infographics**: the new communication tools in digital age. In: The international conference on e-technologies and business on the web (ebw2013). 2013. p. 169-174.

TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2010.

TUFTE, E. R. **The visual display of quantitative information.** 2. ed. Cheshire, Conn: Graphics Press, 2001.

1. Jornalista e Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora em Sociologia pela *Université Sorbonne Paris Cité* – Paris V. Pesquisadora de pós-doutorado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: [dayanamelo.1805@gmail.com](mailto:dayanamelo.1805@gmail.com) [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2020-especial-coronavirus> Acesso em: 25 maio 2020. [↑](#footnote-ref-2)
3. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2020/04/1988655-78-se-consideram-bem-informados-sobre-coronavirus.shtml> Acesso em: 25 maio 2020. [↑](#footnote-ref-3)
4. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/coronavirus-servico/jornalismo-profissional-ganha-forca-na-pandemia-de-coronavirus-24337628> Acesso em: 25 maio 2020. [↑](#footnote-ref-4)
5. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/news/world-51235105> Acesso em: 20 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-5)
6. Disponível em: <https://www.economist.com/graphic-detail/2020/07/24/the-march-of-the-coronavirus-across-america> Acesso em: 20 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-6)
7. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/jul/30/coronavirus-world-map-which-countries-have-the-most-covid-19-cases-and-deaths> Acesso em: 20 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-7)
8. Disponível em: <https://ig.ft.com/coronavirus-chart> Acesso em: 20 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-8)
9. Disponível em: <https://www.scmp.com/news/china/society/article/3074991/coronavirus-chinas-first-confirmed-covid-19-case-traced-back> Acesso em: 29 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-9)
10. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/03/22/world/coronavirus-spread.html> Acesso em: 23 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-10)
11. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/world/corona-simulator/> Acesso em: 23 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-11)
12. Disponível em: <http://www.thefunctionalart.com/2020/03/the-most-read-story-ever-published-by.html> Acesso em: 23 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-12)
13. Disponível em: <https://meltingasphalt.com/interactive/outbreak/> Acesso em: 23 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-13)
14. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2004.09759> Acesso em: 26 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-14)
15. Como exemplo a ser posteriormente explorado dessa interação entre plataformas múltiplas, destacamos o quadro criado pelo Jornal Nacional em nove de julho que apresenta diariamente gráficos com a “média móvel” do coronavírus no Brasil e nos estados e municípios brasileiros, e que são posteriormente publicados, muitos deles em formato interativo, no portal de notícias G1. [↑](#footnote-ref-15)
16. Disponível em: <https://infograficos.oglobo.globo.com/sociedade/numeros-do-coronavirus-no-brasil-e-no-mundo.html> Acesso em: 25 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-16)
17. Disponível em: <https://infograficos.oglobo.globo.com/sociedade/coronavirus-profissoes-risco-consulta.html> Acesso em: 25 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-17)
18. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/saude,mapas-e-graficos-mostram-avanco-do-novo-coronavirus-no-mundo-e-no-brasil,1085946> Acesso em: 26 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-18)
19. Disponível em: <https://arte.estadao.com.br/ciencia/novo-coronavirus/monitor-pandemia/> Acesso em: 27 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-19)
20. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/saude,monitor-do-novo-coronavirus-nos-estados,1086213> Acesso em: 27 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-20)
21. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/saude,veja-a-evolucao-do-coronavirus-por-cidades-e-microrregioes-do-brasil,1089150> Acesso em: 27 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-21)
22. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/evolucao-nos-casos-do-novo-coronavirus/>

    Acesso em: 29 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-22)
23. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/04/acompanhe-a-evolucao-do-coronavirus-no-estado-de-sao-paulo.shtml> Acesso em: 20 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-23)
24. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/historias-das-vitimas-do-novo-coronavirus> Acesso em: 29 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-24)
25. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/profissionais-essenciais-contra-coronavirus/> Acesso em: 29 jun. 2020. [↑](#footnote-ref-25)