



TEXTO DIGITAL

Revista de Literatura, Linguística, Educação e Artes

A verbo-visualidade na infografia jornalística: uma análise na perspectiva sociosemiótica

Verb-visibility in journalistic infography: an analysis from a social semiotic perspective

Maria de Lourdes Rossi Remenche^a; Gilmar Montargil^b

^a Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Paraná, Brasil - mlourdesrossi@hotmail.com

^b Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil - gilmar.montargil@gmail.com

Palavras-chave:

Multimodalidade.
Verbo-visualidade.
Sociosemiótica.
Infografia. Nexo
Jornal.

Keywords:

Multimodality. Verb-
visuality. Social
semiotic.
Infographics. Nexo
Jornal.

Resumo: O infográfico é um gênero discursivo explorado em diferentes práticas de linguagem na cibercultura, configurando *n-designs* a partir de aspectos sócio-históricos e diferentes recursos multimodais. Partindo da hipótese de que, ao longo do tempo, vem ocorrendo maior articulação de recursos da modalidade visual nessa prática discursiva, temos como objetivo analisar como esses elementos visuais são empregados na produção de sentido em infográficos na esfera jornalística. Para a constituição do *corpus* de análise, selecionamos 16 infográficos da seção *Gráfico* do *Nexo Jornal* no período de 2015 a 2019, considerando aspectos como periodicidade trimestral, diferentes temáticas e representação gráfica. A análise ancorou-se nas concepções do Grupo de Nova Londres (1996), da *Gramática do Design Visual* de Kress e Van Leeuwen (2006) e nas reelaborações de Cope e Kalantzis (2009a, 2009b) sobre o tema. Os resultados da análise evidenciam que não houve aumento na quantidade de recursos visuais utilizados, mas mudanças na maneira como os recursos visuais passaram a ser empregados: cada vez mais articulados e indissociáveis na produção de sentidos.

Abstract: The infographic is a discursive genre explored in different language practices in cyberculture, configuring *n-designs* from socio-historical aspects and different multimodal resources. Based on the hypothesis that, over time, there has been a greater articulation of resources of the visual modality in this discursive practice, we aim to analyze how these visual elements are used in the production of meaning in infographics in the journalistic sphere. For the constitution of the corpus of analysis, we selected 16 infographics from the *Gráfico* section of *Nexo Jornal* in the period from 2015 to 2019, considering aspects such as quarterly periodicity, different themes and graphical representation. The analysis was based on the conceptions of the New London Group (1996), the *Grammar of Visual Design* by Kress and Van Leeuwen (2006) and on the re-elaborations by Cope and Kalantzis (2009a, 2009b) on the theme. The results of the analysis revealed that there was no increase in the amount of visual resources used, but changes in the way that visual resources started to be used: increasingly articulated and inseparable in the production of meanings.



INTRODUÇÃO

Desde os anos 1990, o Grupo de Nova Londres (1996) vem se dedicando a problematizar textos contemporâneos, isto é, uma compreensão de texto com sincretismo de linguagens e mobilização de diferentes recursos visuais. Com o advento da internet e a frequente atualização de recursos da *web* e dos aparatos tecnológicos como *smartphones* e *notebooks*, gêneros discursivos como o infográfico foram potencializados pela demanda verbo-visual de convergência de mídias em rede no ciberespaço. Para Jenkins (2011), a convergência na cibercultura vai além das funções midiáticas e ocorre especialmente em termos de transformação cultural, uma vez que os usuários são levados a buscar novas informações e conectá-las em meio a conteúdos dispersos.

Nesse cenário, assumimos uma concepção de gêneros discursivos como construtos de natureza histórica, ideológica e dialógica proposto pelo Círculo de Bakhtin (2016), considerando que os gêneros compõem um todo discursivo composto por tema, composição e estilo, relativamente estáveis, que se articulam e se alteram conforme aspectos sócio-históricos com, por exemplo, época, esfera discursiva, o outro ao qual o discurso se tensiona, grupos sociais, cultura etc. (BAKHTIN, 2015, 2016). O infográfico, nessa perspectiva, adquire características próprias a partir dos diferentes aspectos sociais que o constituem. Assim, discordamos de descrições reducionistas de infográficos que compreendem o infográfico como: a) resultado apenas da união entre escrita e imagem; b) texto com uso e função apenas na esfera jornalística; c) um texto que surge a partir do advento do ciberespaço; d) artefato produzido após o surgimento do termo infografia nos anos 1980.

Neste artigo, entendemos o infográfico como uma prática de linguagem, com aspectos gráficos específicos, que situa o ser/estar no mundo dos indivíduos. Assim os sujeitos usam e constroem sentidos, considerando os diferentes recursos modais, sobretudo os visuais, para materializarem os seus projetos discursivos. Nessa concepção, infográficos podem absorver ou serem absorvidos por outros gêneros (*meme*, documentário, matérias jornalísticas); podem constituir-se de escrita mais imagem, ou constituírem-se apenas de elementos visuais ou, ainda, ganhar recursos sonoros e digitais; podem ser usados para esclarecer informações em um jornal ou ainda serem deslocados para situações inusitadas, como um currículo ou uma declaração de amor.

Nesse sentido, a teoria sociosemiótica de Kress (2005a, 2005b) e Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) possibilita vislumbrar a complexidade dos textos multimodais ao problematizar vários modos a partir da identificação de como os textos multimodais se materializam, construindo uma metodologia de análise – *Gramática do Design Visual* – que passou, ao longo dos anos, por revisões e aprimoramento, a fim de dialogar com as novas demandas trazidas pela contemporaneidade, pois os sujeitos utilizam projetos discursivos cada vez mais dinâmicos, multimodais e de análise complexa.

Considerando os aspectos levantados, neste artigo temos como objetivo analisar como os recursos da modalidade visual são articulados para a produção de sentido em infográficos. Para a constituição do *corpus* de análise, selecionamos 16 infográficos, publicados entre 2015-2019 nas narrativas da seção *Gráfico* do *Nexo Jornal* a partir de um recorte trimestral. Tal recorte teve por objetivo a não repetição de temáticas, além da pluralidade de representações gráficas. A análise ancorou-se nas concepções do Grupo de Nova Londres (1996), da *Gramática do Design Visual* de Kress e Van Leeuwen (2006 [1996]) e nas reelaborações de Cope e Kalantzis (2009a, 2009b, 2005, 2015) sobre o tema. Na discussão de aspectos contemporâneos que atravessam a temática, mobilizamos também as ideias de Jenkins (2011), Spinillo e Escobar (2016), entre outros pesquisadores. Na sequência, aprofundaremos essas concepções.

A VISUALIDADE NA SOCIOSSEMIÓTICA

As condições sócio-históricas serão abordadas nos estudos sobre visualidade a partir dos anos 1950 quando estudiosos como Barthes (1977), Greimas (1981) e Bertin (1983) passam a discutir literatura, fotografia, moda, roupa, mapas, comida e o modo como cada uma dessas linguagens produz sentido. Abordagens contemporâneas como a da sociossemiótica de Kress (2005a, 2005b) e Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) contribuíram para ampliar essa visão. Para o Grupo de Nova Londres (1996), os estudos sobre multimodalidade são um meio para compreender processos pedagógicos que intercambiam não só aspectos identitários/culturais, mas também envolve a mobilização de gêneros discursivos – em especial os híbridos e interligados às tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) – que reverberam as diferentes práticas discursivas (NEW LONDON GROUP, 1996).

Diversos pesquisadores ampliaram esses estudos (GEE, 2004; KRESS, 2005a, 2005b; KRESS; SELANDER, 2012; VAN LEEUWEN; JEWITT, 2001; COPE; KALANTZIS, 2009a, 2009b, 2015) e defendem que essas práticas discursivas não servem apenas para atender a propósitos comunicativos, mas também para criar sentido simbólico na relação entre sujeitos, pois “Os criadores de significado não usam simplesmente o que lhes foi dado: eles são totalmente criadores e *remakers* de signos e transformadores de significado” (COPE; KALANTZIS, 2009a, p. 175)¹.

A globalização é um dos principais aspectos desse adensamento. Se anteriormente, uma pessoa – seja como trabalhador, cidadão ou indivíduo – se constituía a partir de um sistema hierarquizado, com ensino disciplinar, enraizado, embasado na ordem absorvida da repetibilidade industrial e na busca de uma homogeneidade; na contemporaneidade o modelo econômico neoliberal instituiu a necessidade de um sujeito “dinâmico”, capaz de produzir e ler diferentes projetos discursivos para atender às novas demandas do trabalho contemporâneo e o seu ser/estar no mundo, pois a convergência das mídias (JENKINS, 2011) integrada nos aparatos tecnológicos (*smartphones*, por exemplo) mobiliza conhecimentos integrados de sistemas multissemióticos e das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC).

Essa configuração de sociedade demanda novas organizações do discurso por meio da combinação de: 1) diferentes modos (sonoro, visual, verbal); 2) diferentes gêneros discursivos (a configuração estética/ideológica (*design*) que o texto tem); 3) discursos (a que interesses eles se relacionam). Ocorre, portanto, uma ampliação na produção e circulação de gêneros discursivos híbridos, tais como infográficos, *memes*, quadrinhos etc.; que hibridizam a linguagem verbo-visual com a possibilidade de absorver mais linguagens, especialmente quando inseridos em suporte digital.

É preciso se atentar para o fato de o texto analógico também ser multimodal e multissemiótico, bem como os objetos, a arquitetura, a música. Nesse contexto, Kress (2005a) explora o exemplo da garrafa d'água na qual um consumidor não lê somente o nome da marca, o rótulo, a data de validade, mas também seu *design* e material para criar um juízo de valor e decidir comprá-la. Infográficos, charges, *HQ's* são multimodais

¹ No original: “*Meaning makers do not simply use what they have been given: they are fully makers e remakers of signs and transformer of meaning*” (COPE; KALANTZIS, 2009a, p. 175).

porque possuem a simbiose visual + escrita (às vezes com som, vídeo, cliques). No entanto, é preciso considerar que infográficos que resultam da união de vários elementos visuais, como fotografias, colagens, pinturas podem, em um primeiro olhar, serem chamadas "apenas visuais", contudo, também são multimodais, pois possuem enunciados verbais por trás (BRAIT, 2013; ROJO, 2013).

Nessa perspectiva, a noção de *design* é mobilizada pelos teóricos do Grupo de Nova Londres (1996), como um projeto e uma organização do discurso e da vida. Para esses estudiosos, “O *design* tornou-se central nas inovações no local de trabalho [...] Professores e gerentes são vistos como projetistas de processos e ambientes de aprendizagem” (NEW LONDON GROUP, 1996, p. 12)². Por conseguinte, pesquisadores como Cope e Kalantzis (2009a 2009b, 2015) trabalharam com uma tríade que contempla: 1) *Available design*: processo interligado ao projeto discursivo do indivíduo no qual é necessária uma avaliação do contexto, da cultura, dos recursos linguísticos e semióticos disponíveis para edificar essa intenção; 2) *Designing*: materialização desse projeto em ato; 3) *Redesign*: capacidade de transformação dos projetos discursivos ou de reconfiguração do sentido no momento do próprio ato.

Buscando elaborar procedimentos de análise para esses textos multissemióticos, Kress e Van Leeuwen (2006) propõem em “*Reading Images*” uma *Gramática de Design Visual*, na qual elencam cinco pontos para observação: linguagem sonora, gestual, espacial, visual e linguística. Na linguagem *sonora*, busca-se compreender como o som é utilizado para produzir sentido a partir da música, ritmo, efeitos sonoros; na linguagem *gestual* o olhar está voltado para o corpo, de que forma ele reage ao mundo por meio de cinestésias, sensualidade, sinais; na linguagem *espacial* congrega-se as percepções geográficas, arquitetônicas, organização do mundo; na linguagem *visual* é preciso analisar elementos como cor, perspectiva, plano cinematográfico; e, na *linguística*, o léxico, as modalizações discursivas, metáforas, etc.

Kress (2005a) argumenta que existe uma sintaxe entre essas diferentes linguagens, uma gramática que possibilita combinações, isto é, uma estratégia “pela qual pessoas, lugares e contrastes se combinam em ‘declarações’ visuais de maior ou menor complexidade de

² No original: “*Design has become central to workplace [...] [...] Teachers and managers are seen as designers of learning processes and environments [...]*” (NEW LONDON GROUP, 1996, p.12)

extensão” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 1)³. Isso requer um conhecimento específico de cada linguagem, os recursos que possuem e os principais potenciais de produção de sentido de cada modalidade.

A partir desse conceito, Cope e Kalantzis (2009a, 2009b) ampliam a grade metodológica fazendo algumas distinções: a linguagem *linguística* passa a se dividir entre linguagem *escrita*, envolvendo o fazer e a leitura, e linguagem *oral*, envolvendo o falar e a escuta; a linguagem da *representação* e a linguagem *tátil* se desprendem da linguagem gestual, a primeira se refere às emoções e sentimentos e a segunda às percepções olfativas, palativas e de tato. Esses modos podem ser conferidos no quadro a seguir:

Quadro 1 – Gramática da Multimodalidade.

Representação visual	Imagem estática ou em movimento, escultura, artesanato (representando significado para outro); visão, cena, perspectiva (representando significado para si mesmo).
Representação de áudio	Representação de áudio: música, sons ambientais, ruídos, alertas (representando significado para outro); ouvir (representando significado para si mesmo).
Representação tátil	Toque, olfato e paladar: a representação para si mesmo de sensações corporais e sentimentos ou representações para outros que “tocam” um corpo. As formas de representação tátil incluem sinestesia, contato físico, sensações da pele, objetos manipuláveis, artefatos, culinária e alimentação, aromas.
Representação gestual	Movimentos das mãos e braços, expressões do rosto, movimentos dos olhos e olhar, comportamento do corpo, marcha, roupas e moda, penteado, dança, tempo, frequência, cerimônia e ritual.
Representação por si mesma	Emoções, sentimentos.
Representação espacial	Proximidade, espaçamento, <i>layout</i> , distância interpessoal, territorialidade, arquitetura / construção, paisagem.
Representação oral	Fala ao vivo ou gravada (representando significado para outro); ouvir (representando significado para si mesmo).
Representação escrita	Escrita (representando significado para outro) e leitura (representando significado para si mesmo) – escrita, página impressa, tela.

³ No original: “the way in which depicted people, places and things combine in visual ‘statements’ of greater or lesser complexity and extension” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006 [1996], p. 1).

Fonte: (COPE; KALANTZIS, 2009a, p. 362).

Os pesquisadores originários do Grupo de Nova Londres (1996), cientes das dificuldades de aplicação metodológica, reelaboraram, com o passar dos anos, os procedimentos de análise para englobar perspectivas mais amplas, em especial, os aspectos identitários. A reformulação de Cope e Kalantzis (2009b), exposta no quadro 1, por exemplo, surge de um momento de autocrítica na qual reafirmam esse movimento de se desprender de categorias engessadas:

Em vez de abordar as especificidades dos sistemas de criação de significado (que tendíamos a fazer anteriormente), propomos que as convenções de qualquer domínio sejam abordadas com perguntas abertas sobre significado (COPE; KALANTZIS, 2009b, p.176)⁴.

Nessa perspectiva, os pesquisadores apresentam cinco categorias: 1) *representacional*: a que se referem os significados; 2) *social*: relação dialógica entre os envolvidos; 3) *estrutural*: de que forma os significados são organizados; 4) *intertextualidade*: como esses significados se conectam com o mundo; 5) *ideológico*: a que interesses servem e de que forma são manipulados (COPE; KALANTZIS, 2009a, 2009b). Essas categorias são aplicadas para cada uma das linguagens, e, nesse sentido, segundo a *Gramática da Multimodalidade* de Cope e Kalantzis (2009a, 2009b), as imagens naturalísticas são da dimensão do representacional porque condizem com o campo do significado, enquanto os planos, as perspectivas nas imagens são da ordem do social, porque medeiam interações entre as pessoas.

Kress e Van Leeuwen (2006) também sugerem a existência de três metafunções semióticas: a) *ideacional*, que é a representação de objetos no mundo; b) *interpersonal*, que necessita uma relação de ajustamento entre quem produz, o leitor e o objeto, sendo o infográfico dado como exemplo desse nível semiótico; c) *textual*, quando o nível semiótico consegue se tornar texto a partir de um arranjo composicional. Essa organização se dá através da manipulação de variados recursos do modo visual como: cor, forma e textura.

⁴ No original: “Rather than address the specificities of meaning-making system (which we tended to do earlier), we proposes that conventions of any domain be addressed with openended questions about meaning”. (COPE; KALANTZIS, 2009b, p. 176).

Os textos multimodais, nessa perspectiva, acionam o potencial primordial de cada linguagem a partir da intenção discursiva nos gêneros do discurso. Kress e Van Leeuwen (2006) abordam, no estudo da relação verbo-visual, o conceito de âncora de mensagem, em que, muitas das vezes, a união entre a linguagem visual e a escrita ocorre para que uma ilustre a outra ou que uma fixe o sentido da outra, pois os artefatos visuais são considerados de interpretação mais ampla, enquanto a escrita mais restritiva.

Embora haja o argumento de que as imagens possuem um sentido mais à deriva de que o sistema linguístico, os diferentes recursos da modalidade visual (cor, posição, por exemplo) produzem sentidos pré-determinados em um contexto social (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, 2006; JUBERT, 2006; ARAGÃO; CAMPELLO, 2013; VAN LEEUWEN; JEWITT, 2001). Nessa concepção, “A linguagem visual não é transparente e universalmente entendida, mas culturalmente específica” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 3)⁵.

[...] indicações de distância social podem ser codificadas pelo tamanho do elemento representado; ou na sua distância codificada do espectador: as relações atitudinais podem ser codificadas pela posição lateral do espectador em relação a um elemento (por exemplo, "frente a frente", "ao lado de" margem"). Relações de poder são codificadas pela posição do observador em relação vertical ao objeto; se o objeto é mais poderoso, nós olhamos para ele; se somos mais poderosos, menosprezamos isso e assim por diante (KRESS, 2005b, p.198)⁶

Em suma, o ponto principal para Kress (2005a, 2005b) é de que os sujeitos podem manipular e/ou fazer escolhas para compor o projeto discursivo que tem matéria visual em um processo semelhante ao linguístico, isso ocorre porque as modalidades possuem, além de características para transmitir determinados discursos, um julgamento de valor que está associado a elas, de quais elementos utilizar, mesclar, por qual canal. “Essa organização social/semiótica do material significante é ela própria utilizável como material para dar sentido; por exemplo, selecionando sistematicamente certos tipos de

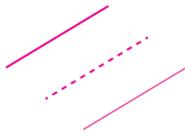
⁵ No original: “*Visual language is not transparente and universally understood, but culturally specific*” (KRESS, VAN LEEUWEN, 2006 [1996], p. 3).

⁶ No original: “[...] *indications of social distance may be coded by the size of the element represented: or in its coded by the viewer’s lateral position in relation to an elemento (e. g. ‘front on’, ‘to the side of’, ‘from the margin’). Relations of power are coded by the position of the viewer in vertical relation to the object; if the object is more powerful we look up to it; if we are more powerful, we look down on it, and so on [...]*” (KRESS, 2005b, p. 198).

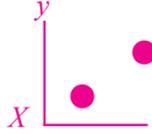
palavras” (KRESS, 2005b, p. 182)⁷, uma *léxis* circunscrita culturalmente em nossa memória, ou seja, para produzir um cartão natalino, possuímos um léxico visual – constituído socio-historicamente – que nos permite optar desde o suporte (a textura do papel) até na escolha de elementos para compor esse objeto (renas, estrelas, árvore de natal, trenó, neve, cores como vermelho, verde e branco).

A modalidade visual possui alguns recursos, conforme Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) que são manipulados e mesclados, a fim de materializar o projeto discursivo dos sujeitos, são eles: ponto; linha, cor; forma; intensidade; posição; tamanho; orientação; quantidade e textura. O quadro abaixo exemplifica os usos de cada recursos do modo visual.

Quadro 2 – Recursos da modalidade visual.

Ponto		Um ponto pode significar muitas coisas: um furo, o final de uma frase, uma posição no espaço, uma intersecção na função matemática. O ponto serve para demarcar, para definir inícios e o fim. Além disso, o significado de um ponto muda conforme a cor, a cultura, o material de que foi feito.
Linha		A linha pode ser uma marca a ser alcançada ou uma lacuna, ou ainda, ser o limite dos objetos, dos estados-nações, marcar a proibição de adentrar em algum lugar. Da mesma forma que o ponto, a cor de uma linha, o material (se é feita a lápis, caneta ou tinta), a direção, a espessura, se é tracejada ou curvilínea, são fatores que alteram o sentido das linhas.
Cor		A cor também produz sentido. O primeiro aspecto importante sobre a cor é que a luz (contendo todas as cores) bate no objeto e reflete apenas a cor correspondente ao do objeto. As cores têm diferentes sentidos conforme a cultura ou ambiente discursivo. O preto é luto em alguns países e a paz em outros. Além disso, existe uma memória discursiva ou uma associação psicológica de cores a sentimentos, marcas e atitudes, vermelho e rosa interligados à paixão, amarelo à comida, preto à morte (HELLER, 2021).

⁷ No original: “This social/semiotic organisation of signifier-material is itself usable as material from which to make meaning; for instance, selecting certain kinds of words systematically, when lexis of a diferente kind might be expected, and so on. In fact, most signs of social semiotic systems are of that kind, and work on and with that sort of material.” (KRESS, 2005b, p. 182).

<p>Formas</p>		<p>“Os significados das formas geométricas básicas, então, são motivados de duas maneiras. Primeiro, elas derivam das propriedades das formas, ou melhor, dos valores dados a essas propriedades em contextos sociais e culturais específicos. O produtor de uma imagem tem interesse em fazer o signo visual, e isso especifica os significados abstratos que derivam das propriedades culturais das formas. Os retângulos podem ser empilhados – e, novamente, isso pode ser valorizado positivamente em um contexto, digamos no planejamento urbano, ou no abstracionismo geométrico, menos positivamente em outro, digamos nas contraculturas do que o sonho de viver em cúpulas geodésicas ou no abstracionismo biomórfico” (KRESS, 2001, p. 54)⁸.</p>
<p>Intensidade</p>		<p>A intensidade decorre de alterações na cor. Nesse sentido pode ocorrer um escurecimento, um clareamento ou uma saturação da cor.</p>
<p>Posição</p>		<p>A posição no espaço de um objeto, bem como a sua orientação espacial (para onde está apontado, se está torto, reto, de ponta-cabeça). A posição no espaço demarca um lugar. A partir de outras demarcações podem ser feitas relações de distância, de tempo, de quantidade.</p>
<p>Tamanho</p>		<p>A escala faz referência às dimensões reais dos objetos ou a uma relação de exatidão entre um objeto e uma representação, por exemplo, uma pequena maquete cinquenta vezes menor que o prédio original, nesse caso a escala é de 1:50. Sendo assim, os objetos e/ou suas representações podem ter seus tamanhos alterados ou distorcidos para produzir sentido. Em resumo, um objeto A maior que um objeto B produz uma compreensão no leitor de que o objeto A é maior ou mais forte ou tem algum parâmetro a mais que o objeto B.</p>
<p>Quantidade</p>		<p>A relação de quantidade é a aglomeração de elementos com o intuito de diferenciar e apresentar que elemento A tem mais que elemento B.</p>
<p>Orientação espacial</p>		<p>A orientação espacial faz referência ao sentido em que um objeto está colocado: um triângulo apontado para o norte é igual a um triângulo apontado para o nordeste, mas se esses triângulos representam aviões, eles estão se deslocando em sentidos diferente.</p>

⁸ No original: “The meanings of the basic geometrical shapes, then, are motivated in two ways. First, they derive from the properties of the shapes, or rather, from the values given to these properties in specific social and cultural contexts. The producer of an image has their interests in making the visual sign, and this makes specific the abstract meanings that derive from the cultural properties of the shapes. Rectangles can be stacked – and, again, this may be positively valued in one context, say in urban planning, or in geometric abstractionism, less positively in another, say in countercultures that dream of living in geodesic domes, or in biomorphic abstractionism”. (KRESS, 2001, p. 54).

Textura



A textura é tanto palpável no objeto como pode ser produzida visualmente e digitalmente. Texturas podem produzir diversos sentimentos: desde os mais agradáveis, até os mais abjetos como nojo e medo. Além disso, elas alteram a maneira como um objeto é visto.

Fonte: (Os autores, 2020) a partir de (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

Esses recursos constituem-se de potencial comunicativo e podem se articular a outros na execução do projeto discursivo de cada sujeito, cabendo ao pesquisador a identificação e a descrição dessa integração que reverbera na organização composicional e estilística dos infográficos. A seguir exploraremos as concepções de infográfico que dialogam com a perspectiva da multimodalidade adotada neste artigo.

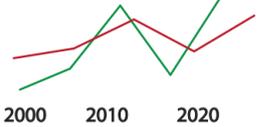
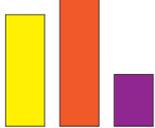
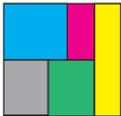
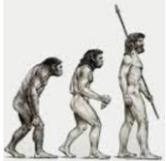
RECURSOS VERBO-VISUAIS NA INFOGRAFIA JORNALÍSTICA

Para Spinillo e Escobar (2016, p.176), infográfico é "uma representação visual que une imagens e elementos verbais e esquemáticos em um único artefato comunicativo", no qual representação independe do suporte (pedra, papel, jornal, ciberespaço, vídeo), imagem pode ser qualquer elemento verbo-visual (fotografia, diagrama, mapa, ilustração, símbolos, pictogramas), elementos verbais (escrita, fala, hieróglifos, números) e esquemático faz referência à organização desses elementos (linha do tempo, organização espacial, tabelas e divisões).

Neste artigo, entendemos infográfico como um gênero discursivo, uma prática de linguagem com características relativamente estáveis (BAKHTIN, 2016), composto por tema, composição e estilo, que sincretizam linguagem verbo-visual. Esse gênero se constitui de aspectos sociais como a esfera discursiva, o suporte técnico da mídia e da época, entre outros fatores, e tem a função de esclarecer, explicar, compilar e ou representar informações por uma linguagem gráfica específica que articula diferentes formas de representação da visualização e absorve outras linguagens.

No quadro a seguir, apresentamos seis possibilidades de representação. É importante destacar que cada uma tem a função de apresentar algum tipo de informação específica, e, dependendo do estilo, criar novas composições para o gênero:

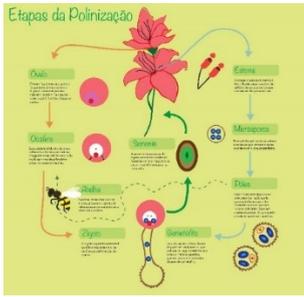
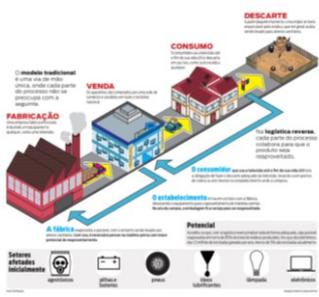
Quadro 3 – Tipologias de representação gráfica.

Gráfico de Pizza		Utilizado para mostrar partes de um todo de uma informação.
Gráfico de Linha		Possui a função de mostrar séries históricas, embasado sempre em um eixo x e um eixo y (por exemplo, tempo x quantidade)
Gráfico de Barras		Possibilita comparações de diferentes informações, além da apresentação de séries históricas.
Gráfico de Área		Apresenta proporções, regiões, relações de quantidade, partes de um todo.
Gráfico de Nível		Mostrar partes de um todo e séries históricas.
Linha do Tempo		Ilustra séries históricas, evoluções de eventos em um determinado período de tempo.

Fonte: (Os autores, 2020).

Além disso, os infográficos podem absorver outras linguagens, por exemplo, a linguagem fotográfica, cinematográfica e cartográfica. Essas linguagens possuem gêneros discursivos próprios como, por exemplo, a fotografia que pode ser acionada como fotojornalismo, retrato, montagens. Para exemplificar, o quadro 4 traz quatro linguagens que são usualmente integradas na composição dos infográficos.

Quadro 4 – Tipo de linguagens visuais absorvidas pelo infográfico

<p>Linguagem fotográfica</p>	 <p>Infográfico sobre Taylor Swift, apresentando uma foto central dela cercada por fotos menores de outros artistas e informações textuais.</p>	<p>Pode ser identificada quando o objeto traz alguma fotografia ou retrato para a narrativa; geralmente é para apresentar algum personagem.</p>
<p>Linguagem cartográfica</p>	 <p>Mapa do Rio de Janeiro com uma legenda que indica: Mata remanescente: 819 mil hectares; Área de mata protegida: 4,3 milhões de hectares; mantém 19% do que o estado já teve.</p>	<p>Pode ser identificada em mapas que apresentam a geografia, a vegetação, a hidrografia, os mares, curvas de níveis, e, uma série de outros mapas que possuem um estilo e uma função própria.</p>
<p>Linguagem ilustrativa</p>	 <p>Diagrama ilustrativo das etapas da polinização, mostrando o processo de transferência de pólen entre partes de uma flor.</p>	<p>Pode ser identificada em desenhos de personagens, de animais, de objetos, caricaturas, entre outros gêneros e técnicas ligados à ilustração.</p>
<p>Linguagem de planta arquitetônica</p>	 <p>Infográfico de um ciclo de produção (FABRICAÇÃO, VENDA, CONSUMO, DESCARTE) com plantas 3D e ícones de tecnologia.</p>	<p>Pode ser encontrada em plantas, plantas 3D, cortes de ambientes, com o intuito de mostrar eventos que não possuem outras formas de registro ou dar ideia do todo a partir de diferentes ângulos/planos.</p>

Fonte: (Os autores, 2020) a partir dos infográficos de, respectivamente: (ROSS, 2017; ALMEIDA, 2017; MONTARGIL, 2017; ANDRADE, 2016).

Nesse trabalho de comunicação a partir de diferentes recursos, alguns jornais inseridos no meio digital utilizam-se de infográficos para angariar público e audiência. No jornalismo *on-line*, o *Nexo* surgiu em novembro de 2015 e foi criado por Paula Miraglia,

Renata Rizzi e Conrado Corsalette. O próprio nome do veículo – *Nexo* – faz menção à articulação de ideias para produzir sentido. O jornal inova ao apresentar, na seção *Gráfico*, os infográficos como sendo a própria notícia e visa, por meio de um texto verbo-visual, esclarecer fenômenos por meio de uma leitura facilitada de dados sobre problemas e debates de questões globais e contemporâneas. Nessa seção denominada *Gráfico*, os infográficos apresentam marcas editoriais do jornalismo como título, subtítulo e fonte, além da linguagem jornalística governada em geral por um manual de redação jornalístico interno.

Os textos são formatados em uma espécie de tira vertical, o que dá a oportunidade de o leitor ir, aos poucos, para baixo (por um clique no computador ou deslizar dos dedos pelo celular) para fazer a leitura. Ainda assim, alguns recursos como cores, mapas e ilustrações são bastante utilizadas na composição dos infográficos. Essa seção conta atualmente com mais de 300 produções, tendo como principais produtores, no período 2015-2020, cientistas de dados, infografistas, jornalistas e profissionais de arte.

PERCURSO METODOLÓGICO E RESULTADOS DA ANÁLISE

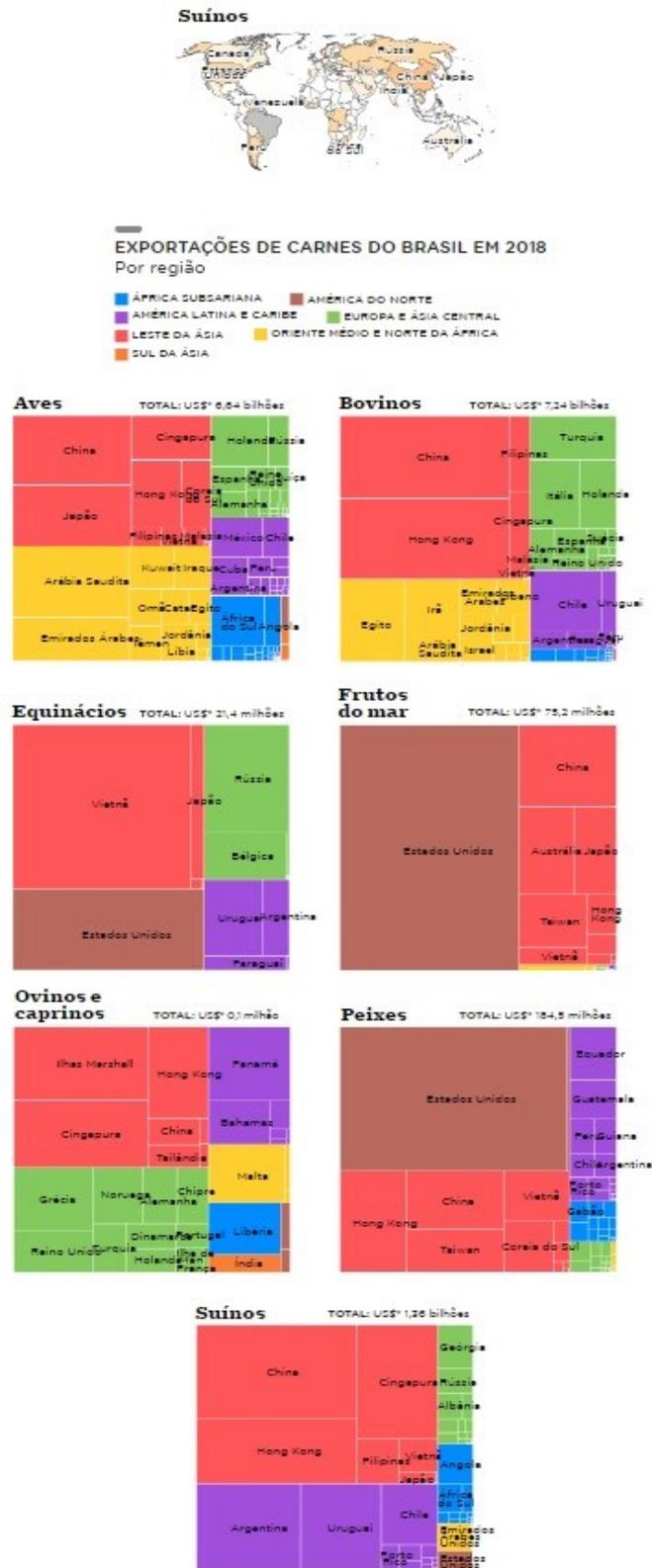
A pesquisa qualitativa, conforme Mohajan (2018), é um procedimento que visa analisar fenômenos sociais por meio de descrições e observações de modo a promover a interpretação dos dados coletados e o aprofundamento da análise. Nessa abordagem qualitativo-interpretativista, selecionamos 16 infográficos (anexo A), publicados com periodicidade trimestral entre 2015-2019 na seção *Gráfico* do *Nexo Jornal* a fim de constituir um *corpus* que possibilitasse observar, em uma perspectiva diacrônica, as transformações ao longo do tempo na infografia produzida pelo *Nexo*. A seleção buscou diversificar os dados, considerando diferentes temas e representações gráficas.

Para a análise, elaboramos um protocolo a partir dos conceitos de multimodalidade do Grupo de Nova Londres (1996), Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) e Cope e Kalantzis (2009a, 2015). Esse protocolo, além de direcionar a análise, contribuiu para compreendermos de que forma os diferentes recursos da visualidade (Rever Quadro 2) são mobilizados (*a1*) e sincretizadas para produzir sentido. Os recursos acionados são: ponto (*a1.1*); linha (*a1.2*); cor (*a1.3*); intensidade (*a1.4*); orientação espacial (*a1.5*); forma (*a1.6*); tamanho (*a1.7*); textura (*a1.8*); relação de quantidade (*a1.9*) e relação de posição (*a1.10*). Após a análise para buscar identificar como os aspectos visuais elencados eram

produtivos no *corpus*, foram realizados registros e descrições com o objetivo de mapear os sentidos produzidos. A seguir (Fig. 1), apresentamos a amostra 13, com uma redução na escala, para explicitar o percurso de análise:

Figura 1 – Amostra 13 “As exportações de carne do Brasil em 2018”.





Fonte: (ZANLORENSSI; QUADROS, 2019).

Na sequência (Quadro 5), apresentamos um exemplo da aplicação dos aspectos analisados e o registro dos dados, ou seja, a partir da análise do Infográfico *As exportações de carne*

no Brasil em 2018 (ZANLORENSSI; QUADROS, 2019), identificamos cada um dos recursos elencados e registramos na planilha.

Quadro 5 – Exemplo de aplicação do protocolo de análise.

Ponto – (a1.1)

Não possui.

Linha – (a1.2)

Possui contornos brancos nos gráficos de área para demarcar a linguagem cartográfica.

Cor – (a1.3)

Nos gráficos de área a cor representa uma região continental, por exemplo, roxo para América Latina e vermelho para o leste asiático. Já nos mapas, a cor está vinculada com o recurso da intensidade para identificar o grau de compra de cada país.

Intensidade – (a1.4)

Foi escolhida uma gama de cores análogas que vai de um tom pastel bem claro (representando pouca compra de carne) até um vermelho intenso (maiores compradores); essa paleta de cores é aplicada no mapa conforme o nível da relação de exportação para cada país, dessa forma o infográfico argumenta que a Arábia Saudita é uma das maiores compradoras de carne de aves (tom alaranjado) e que a Austrália quase não compra (tom pastel).

Orientação espacial – (a1.5)

Não possui.

Formas – (a1.6)

O gráfico de área trabalha as formas vinculadas com os tamanhos e as cores, portanto, são apresentados quadrados e retângulos que são dispostos dentro da área a partir do nível de compra.

Tamanho – (a1.7)

As áreas dos países são delimitadas a partir da quantidade de exportação. Portanto, a China que tem um retângulo maior compra mais suínos que a Angola que tem um retângulo azul menor.

Textura – (a1.8)

Não possui.

Relação de quantidade – (a1.9)

Não possui.

Relação de posição – (a1.10)

O gráfico de área utiliza relação de posição para organizar os países, incluindo essa unidade com a cor que delimita a região continental.

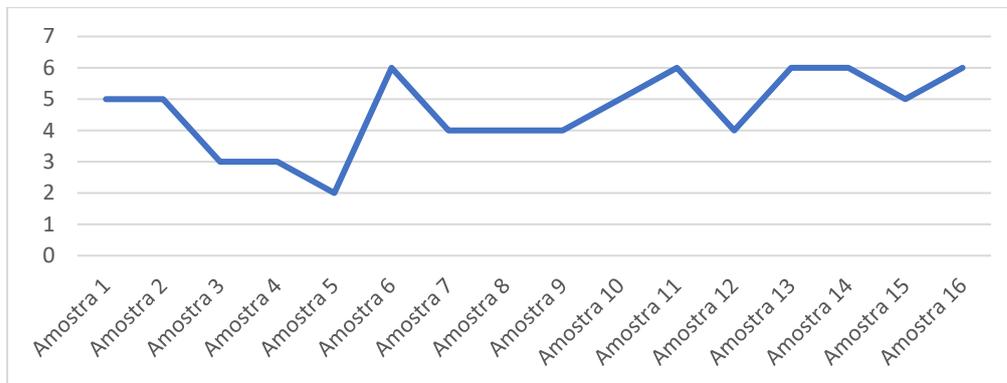
Como se dá a articulação dos recursos visuais? (a2)

No primeiro segmento de mapas, o recurso da cor, em diferentes tons, caracteriza o grau de compra de cada país. No segundo segmento, onde são apresentados os gráficos de área, são mesclados os recursos visuais de cor, posição e tamanho. Nesse sentido, a China, representada por um retângulo vermelho no canto superior esquerdo mostra-se como a principal compradora de bovinos e maior compradora que a Turquia, que se apresenta em retângulo menor da cor verde no canto superior direito (está nessa posição porque esta localização dentro da área é representada pelo verde da região Europa e Ásia Central).

Fonte: (Os autores, 2020).

Após a análise das 16 amostras selecionadas, buscamos verificar, em uma perspectiva diacrônica, as mudanças na mobilização dos recursos visuais no *corpus*. A hipótese levantada inicialmente era de que haveria um aumento quantitativo no modo como os recursos da modalidade visual eram empregados na produção de infográficos. Contudo, os resultados da análise evidenciaram que não houve aumento contínuo na mobilização dos recursos da modalidade visual, como explicita o gráfico abaixo:

Figura 2 – Resultados quantitativos da utilização de recursos da modalidade visual.



Fonte: (Os autores, 2020).

A análise explicita uma mudança na maneira como os recursos passaram a ser articulados, de forma cada vez mais híbrida, como pode ser observado na apresentação dos dados quantitativos a seguir (Tab. 1).

Tabela 1 – Total em porcentagem dos recursos da modalidade visual encontrados.

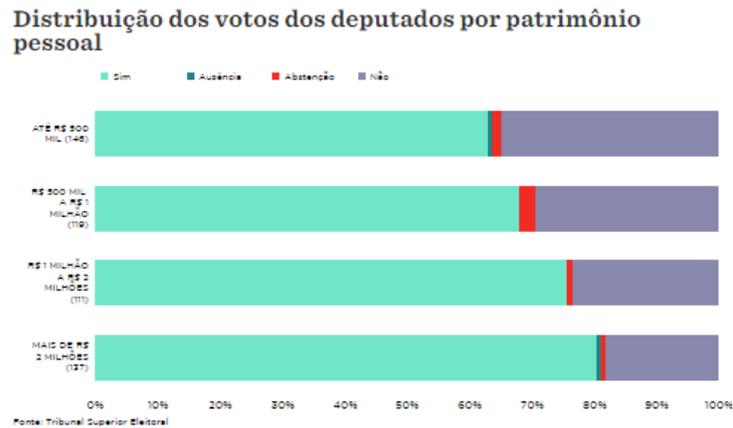
Categoria	Quantidade de vezes que apareceu	Total de amostras no corpus	Total do corpus	Porcentagem de cada categoria
Ponto (a1.1)	8	16	100%	50%
Linha/contornos (a1.2)	11	16		68,7 %
Cor (a1.3)	16	16		100 %
Intensidade (a1.4)	5	16		31,2 %
Orientação Espacial (a1.5)	1	16		6,2 %
Formas (a1.6)	2	16		12,5 %
Tamanho (a1.7)	15	16		93,7 %
Textura (a1.8)	0	16		-
Relação de quantidade (a1.9)	5	16		31,2%
Relação de posição (a1.10)	11	16		68,7%

Fonte: (Os autores, 2020).

Buscando detalhar a análise pela perspectiva da *Gramática do Design Visual* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006) e, com base em nosso protocolo (Quadro 5), ao compararmos a amostra 3 e a amostra 11, observamos essa diferença no modo de articulação dos recursos da modalidade visual (Quadro 1). O infográfico da amostra 3, no primeiro recorte (Fig. 4), apresenta barras que unem as cores (a1.3) ao tamanho (a1.7) para representar diferentes matizes da votação do *impeachment* de Dilma Roussef em 2016; já no infográfico da amostra 11 (Fig. 5), ocorre maior articulação de recursos para caracterizar o filme *Guerra Infinita*, por exemplo, além de cor (a1.3) e tamanho (a1.7), é possível encontrar: orientação espacial (a1.5), relação de quantidade (a1.10), pontos (a1.1) e linhas (a1.2). Esses recursos foram articulados de forma indissociável, ou seja, o tamanho dos círculos depende da quantidade de personagens que aparecem nos filmes da Marvel

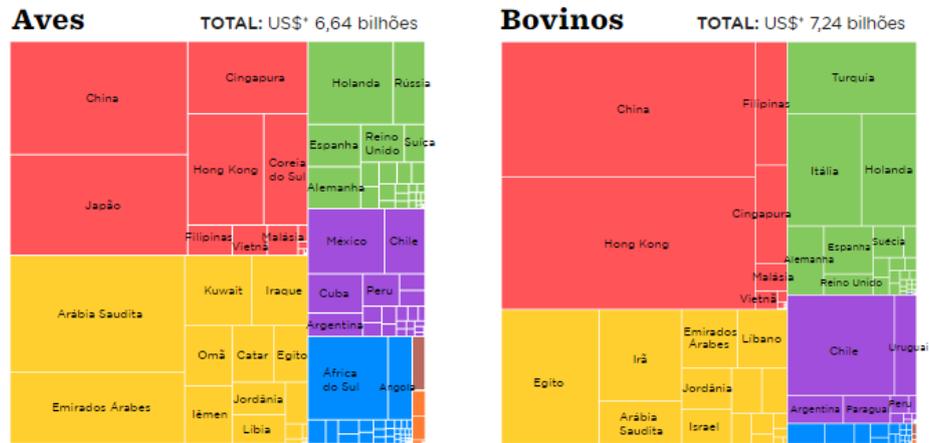
e que, por sua vez, depende do caminho que a linha destacada numa cor específica empreende dentro da narrativa. Além disso, a esfera do jornalismo, o suporte da *web* e as cores adotadas pelo *Nexo Jornal* também interferem no modo como a narrativa é construída.

Figura 3 – Segmento do infográfico da amostra 3.



Fonte: (MARIANI *et al.*, 2016).

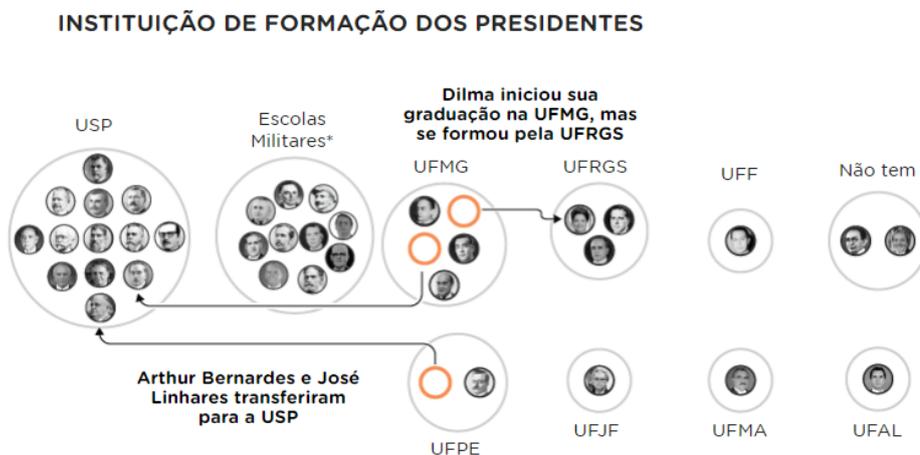
Figura 5 – Segmento da amostra 14 que apresenta articulação da cor com outros recursos.



Fonte: (ZANLORENSSI; QUADROS, 2019).

A intensidade (*al.4*) apareceu em cinco amostras, isto é, em 31,2% do *corpus* analisado. Já orientação espacial (*cl.5*) apareceu apenas duas vezes. Formas (*al.6*) apareceu apenas uma vez. No exemplo a seguir da amostra 10, verificamos uma hibridização: a orientação espacial (*al.5*) pode ser identificada nas flechas indicativas de deslocamento de um lugar para outro e a relação de quantidade (*al.9*) no conglomerado formado a partir das informações que congrega os presidentes em círculos, acionando ainda os recursos do tamanho (*al.7*) e da posição (*al.10*).

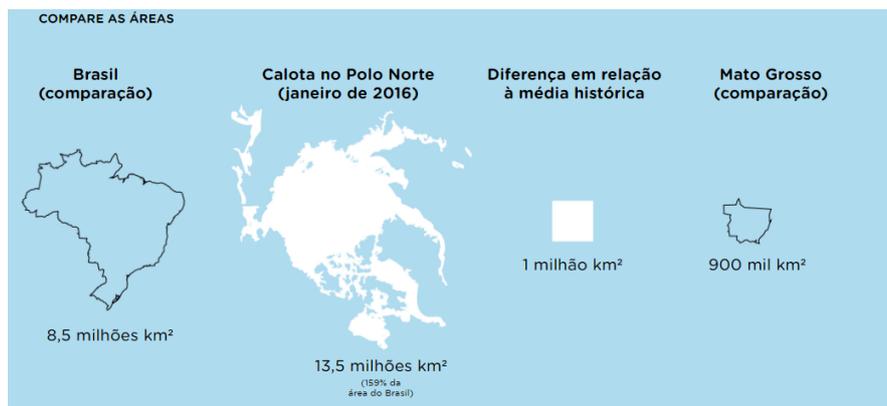
Figura 6 – Segmento da amostra 10 que apresenta articulação de diferentes recursos.



Fonte: (MAIA, ZANLORENSSI, ALMEIDA, 2019).

A textura (al.8) não foi identificada na análise. No entanto, a unidade do tamanho (al.7) apareceu em 93,7% dos infográficos. Essa categoria foi utilizada para estabelecer relações de diferença de um objeto A possuir algo a mais que um objeto B por meio de comparações. No exemplo a seguir (Fig. 8), pode-se facilmente confundir o recurso visual do tamanho (al.7) com recurso da forma (al.6), mas a relação de construção de sentido se dá por meio da comparação da escala dos mapas.

Figura 7 – Segmento da amostra 2 apresentando o recurso da escala e das formas.



Fonte: (DUCROQUET, MARIANI, 2016).

Analisando o banco de dados que se construiu a partir da aplicação do protocolo com base nas elaborações multimodais de Kress (2005a, 2005b), Kress e Van Leeuwen (2001, 2006), Cope e Kalantzis (2009a, 2009b, 2005, 2015), é possível criar uma linha diacrônica pensando em três níveis de evolução no modo de articulação dos recursos da modalidade visual: 1) *grau 1 de hibridéz*: narrativa segmentada e sem muita articulação; 2) *grau 2 de hibridéz*: narrativas que apresentam uma articulação entre gêneros e/ou recursos visuais de maneira mediana, com avanços em relação ao grau 1, ou seja, ainda são segmentadas, mas já apresentam tentativas de mesclas; 3) *grau 3 de hibridéz*: quando o infográfico integra, de maneira híbrida a arquitetônica do projeto discursivo. Nesse caso, o uso da escrita e os recursos visuais + gêneros são articulados de maneira integrada (não justapostos), constituindo uma conjectura em que os elementos estão indissociáveis, um dos outros, na construção do todo discursivo do infográfico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A perspectiva da multimodalidade advinda do Grupo de Nova Londres (1996) com enfoque na teoria sociosemiótica de Günther Kress possibilitou a criação de um protocolo de análise que visou compreender o modo com os recursos visuais são empregados na construção dos infográficos da seção *Gráfico* do *Nexo Jornal*. A leitura e aplicação do protocolo no *corpus* de dezesseis infográficos possibilitou a análise das amostras, que revelou que não há um aumento quantitativo no número de recursos, mas maior hibridez desses elementos para qualificar a produção de sentido.

Além disso, pode-se verificar que alguns recursos visuais são mais utilizados do que outros, como cor e tamanho, como se funcionassem como elementos de coesão entre os diferentes recursos modais. Algumas formas, escolha de cores e linguagens (fotografia, ilustração, planta arquitetônica, mapas) são empregadas a partir da interrelação com a temática da narrativa, com o suporte da *web* que se interpela numa tira verticalizada e com as características jornalísticas reforçadas pelo *Nexo Jornal*.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Isabella; CAMPELLO, Silvio Barreto. The verbal elements of the Collection *Imagens Comerciais de Pernambuco: Deciphering the references, recurrences and copies found*. In: SPINILLO, Carla Galvão *et al.* *Selected Readings of the 5th Information Design International Conference*. Florianópolis: Sociedade Brasileira de Design da Informação, 2013, p. 250-266.

BAKHTIN, Mikhail. *Os Gêneros do Discurso*. Tradução do russo por Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, Mikhail. *Teoria do romance I: a estilística*. Tradução do russo por Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2015 [1930-1936].

BARTHES, Roland. *Elements of semiology*. New York: Hill and Young, 1977.

BERTIN, Jacques. *Semiology of Graphics*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press, 1983.

- BRAIT, Beth. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 8, p. 43-66, jul-dez. 2013.
- COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. A grammar of multimodality. *The International Journal of Learning*, ed. 16, v. 2, p. 361-425, 2009a.
- COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. 'Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures'. London and New Work: Routledge. 2005 [2000].
- COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. Multiliteracies: New Literacies, New Learning. *Pedagogies: An International Journal*, n. 4, p.164-195, 2009b.
- COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. The Things You do to Know: An Introduction to the Pedagogy of Multiliteracies In: COPE, Bill; KALANTZIS, Mary (eds.). *A pedagogy of Multiliteracies: Learning by Design*. New York: Palgrave Macmillan. 2015, p. 1-36.
- GEE, Paul. 2004. *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling*. London: Routledge. 2004.
- GREIMAS, Algirdas Julien. *Semiótica e Ciências Sociais*. São Paulo: Editora Cultrix, 1981.
- HELLER, Eva. *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. São Paulo: Olhares, 1. ed, 2021.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2011.
- JUBERT, Roxane. *Typography and Graphic Design: From Antiquity to the present*. Paris: Flammarion, 2006.
- KRESS, Günther. Design and transformation: new theories of meaning. In: COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. *Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures*. New York: Routledge, 2005a [2000]. p. 149-158.
- KRESS, Günther. Multimodality. In: COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. *Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures*. New York: Routledge, 2005b [2000]. p. 179-200
- KRESS, Günther; SELANDER, Staffan. Multimodal design, learning in cultures of the recognition. *Internet and Higher Education*, v. 15, p 265-268, 2012.
- KRESS, Günther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001.

KRESS, Günther; VAN LEEUWEN, Theo. Reading Images: *The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge, 2006 [1996].

MOHAJAN, Haradhan. Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, [s. l], v. 7, Issue 01, p. 23-48, 2018.

NEW LONDON GROUP. A pedagogy of Multiliteracies: Designing social futures. *Harvard Educational Review*, Cambridge, v. 66, n. 1, 1996.

ROJO, Roxane. Gêneros discursivos do Círculo de Bakhtin e Multiletramentos. In: ROJO, Roxane (org). *Escol@conectada: os multiletramentos e as TICs*. São Paulo: Parábola, 2013.

SPINILLO, Carla Galvão; ESCOBAR, Bolivar Teston de. Retórica visual na infografia sobre saúde. *Revista Brasileira de Design da Informação*. São Paulo, v. 13. ed. 2. 2016. p.162-179.

VAN LEUWEEN, Theo; JEWITT, Carey. Introduction. In: VAN LEUWEEN, Theo; JEWITT, Carey (eds). *Handbook of visual analysis*. London: SAGE. 2001.

Referências de Infográficos

ANDRADE, Rafael de Oliveira. *Infográficos acessíveis para surdos: recomendações*. Dissertação (Mestrado em Design) Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba: 2016.

ALMEIDA, Rodolfo. O que resta da mata atlântica no Brasil. *Nexo Jornal*. 14. jun. 2017. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/06/14/O-que-resta-da-mata-atl%C3%A2ntica-no-Brasil>. Acesso em: 18 nov. 2019.

ALMEIDA, Rodolfo; MAIA, Gabriel. ‘Guerra Infinita’: a linha do tempo dos heróis até o novo filme dos Vingadores. *Nexo Jornal*. 27 abr. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2018/04/27/%E2%80%98Guerra-Infinita%E2%80%99-a-linha-do-tempo-dos-her%C3%B3is-at%C3%A9-o-novo-filme-dos-Vingadores?rel=maquinario.co>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ALMEIDA, Rodolfo; OSTETTI, Vitória; MARIANI, Daniel. O histórico das campeãs do Carnaval do Rio de Janeiro. *Nexo Jornal*. 25 fev. 2017. Disponível em:

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/02/25/O-hist%C3%B3rico-das-campe%C3%A3s-do-Carnaval-do-Rio-de-Janeiro>. Acesso em: 16 jan. 2020.

DUCROQUET, Simon; MARIANI, Daniel. Menos gelo no Ártico: a evolução do tamanho da calota polar. *Nexo Jornal*. 17 fev. 2016. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2016/02/17/Menos-gelo-no-%C3%81rtico-a-evolu%C3%A7%C3%A3o-do-tamanho-da-calota-polar>. Acesso em: 18 nov. 2019.

MAIA, Gabriel; ZANLORENSSI, Gabriel; ALMEIDA, Rodolfo. Os presidentes do Brasil: mandato, formação, cidade e idade. *Nexo Jornal*. 28 fev. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2018/02/28/Os-presidentes-do-Brasil-mandato-forma%C3%A7%C3%A3o-cidade-e-idade>. Acesso em: 18 nov. 2019.

MARIANI, Daniel; *et. al.* A votação do impeachment na Câmara em 15 gráficos. *Nexo Jornal*. 18 abr. 2016. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2016/04/18/A-vota%C3%A7%C3%A3o-do-impeachment-na-C%C3%A2mara-em-15-gr%C3%A1ficos>. Acesso em: 30 dez. 2019.

MONTARGIL, Gilmar. Etapas da polinização. *Acervo próprio*. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/91729103/Etapas-da-polinizacao>. Acesso em: 7 maio. 2021.

ROSS, Andréa Duarte. Infográfico sobre os namoros da Taylor Swift. *Acervo próprio*, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://andrearossportfolio.tumblr.com/post/650483531975376896/infogr%C3%A1fico-sobre-os-namoros-da-taylor-swift>. Acesso em: 7 maio. 2021.

ZANLORENSSI, Gabriel; QUADROS, Thiago. As exportações de carne do Brasil em 2018. *Nexo Jornal*. 13 fev. 2019. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2019/02/12/As-exporta%C3%A7%C3%B5es-de-carne-do-Brasil-em-2018>. Acesso em: 18 nov. 2019.

NOTAS DE AUTORIA

Maria de Lourdes Rossi Remenche (mlourdesrossi@hotmail.com) - Pós-doutora pela Universidade do Minho (UM). Doutora em Linguística pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Professora Associada do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Gilmar Montargil (gilmar.montargil@gmail.com) - Jornalista. Mestre em Estudos da Linguagem pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (PPGEL/UTFPR) e mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS).

Como citar este artigo de acordo com as normas da revista?

REMENCHE, Maria de Lourdes Rossi; MONTARGIL, Gilmar. A verbo-visualidade na infografia jornalística: uma análise na perspectiva sociosemiótica. *Texto Digital*, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 46-73, 2021.

Contribuição de autoria

Maria de Lourdes Rossi Remenche: concepção e elaboração do manuscrito; análise de dados; discussão dos resultados; revisão e aprovação.

Gilmar Montargil: concepção e elaboração do manuscrito; análise de dados; discussão dos resultados; revisão e aprovação.

Financiamento

Não se aplica.

Consentimento de uso de imagem

Figura 1 – Amostra 13 “As exportações de carne do Brasil em 2018”. Fonte: (ZANLORENSSI; QUADROS, 2019).

Figura 2 – Resultados quantitativos da utilização de recursos da modalidade visual. Fonte: (Os autores, 2020).

Figura 3 – Segmento do infográfico da amostra 3. Fonte: (MARIANI et al., 2016).

Figura 4 – Segmento da amostra 11. Fonte: (ALMEIDA, MAIA, 2018).

Figura 5 – Segmento da amostra 14 que apresenta articulação da cor com outros recursos. Fonte: (ZANLORENSSI; QUADROS, 2019).

Figura 6 – Segmento da amostra 10 que apresenta articulação de diferentes recursos. Fonte: (MAIA, ZANLORENSSI, ALMEIDA, 2019).

Figura 7 – Segmento da amostra 2 apresentando o recurso da escala e das formas. Fonte: (DUCROQUET, MARIANI, 2016).

Aprovação de comitê de ética em pesquisa

Não se aplica.

Licença de uso

Este artigo está licenciado sob a Licença Creative Commons CC-BY. Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

Histórico

Recebido em: 07/05/2021

Aprovado em: 08/07/2021