

EXTENSIDADE DE VÍTIMAS E INTENSIDADE PERCEPTIVA DA COVID-19 EM EXPERIÊNCIAS VISUAIS DO THE NEW YORK TIMES E DA FOLHA DE S. PAULO



KATI CAETANO

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba – Paraná – Brasil

ORCID:0000-0002-8385-1390

DOI: 10.25200/BJR.V17N1.2021.1339

Recebido em: 19/09/2020

Desk Review em: 08/09/2020

Editores do Desk Review: Fábio Pereira

Revisado em:01/12/2020

Aceito em: 12/03/2021

RESUMO – Propõe-se neste artigo examinar o processo de conversão de dados, considerados objetivos e quantificáveis, em formas discursivas visuais e sincréticas voltadas a mobilizar experiências dos sentidos veiculados. Para além de tornar visível o invisível, discute o modo de se dar a ver o indizível, pela análise da sobredeterminação do efeito de intensidade, proximidade e presença aos conteúdos noticiosos. Para tanto, trabalha com empíricos de práticas infográficas circuladas pelos jornais *The New York Times* (NYT) e *Folha de S.Paulo* sobre a pandemia covid-19, porque nesse domínio os dados objetificados em fluxos de números e cifras atuam sob a forma do parecer verdadeiro e, no período, a infografia tornou-se recorrente em todas as mídias como mecanismo eficaz de compreensão dos fatos. A metodologia de abordagem dos empíricos ancora-se na perspectiva da semiótica tensiva que fornece fundamentos teóricos para estudo da dimensão sensível dos processos interacionais.

Palavras-chave: Intensidade perceptiva. Experiência no jornalismo de dados. Infografia. *The New York Times*. *Folha de S.Paulo*.

**EXTENSIVENESS OF VICTIMS AND PERCEPTUAL INTENSITY
OF COVID-19 IN VISUAL EXPERIENCES OF THE NEW YORK TIMES
AND FOLHA DE S.PAULO**

ABSTRACT – It is proposed in this article to examine the process of data conversion, considered objective and quantifiable, in visual and syncretic discursive forms aimed at mobilizing experiences of the conveyed senses. In addition to making the invisible visible, what is proposed here is to approach the way of making the unspeakable visible, by analyzing the overdetermination of the effect of intensity, proximity and presence to the news content. To this end, it works with empirical practices of infographics circulated by the newspapers *The New York Times* (NYT) and *Folha de S.Paulo* on the covid-19 pandemic, because in this domain the data objectified in flows of numbers and figures act in the form of the true opinion and, in the period, the infographics became recurrent in all media as an effective mechanism for understanding the facts. The empirical approach methodology is anchored in the perspective of tension semiotics that provides theoretical foundations for studying the sensitive dimension of interactional processes.

Keywords: Perceptual intensity. Experience in data journalism. Infographics. *The New York Times*. *Folha de S.Paulo*.

**EXTENSIDAD DE VÍCTIMAS E INTENSIDAD PERCEPTIVA DE
COVID-19 EN EXPERIENCIAS VISUALES DE THE NEW YORK TIMES
Y FOLHA DE S.PAULO**

RESUMEN – En este artículo se propone examinar el proceso de conversión de datos, considerado objetivo y cuantificable, en formas discursivas visuales y sincréticas dirigidas a movilizar experiencias de los sentidos transmitidos. Además de visibilizar lo invisible, lo que se propone aquí es abordar la forma de visibilizar lo indecible, analizándolas sobre determinación de intensidad, proximidad y presencia a los contenidos informativos. Para ello, trabaja con prácticas empíricas de infografías que circulan en los diarios *The New York Times* (NYT) y *Folha de S.Paulo* sobre la pandemia covid-19, pues en este dominio los datos objetivados en flujos de números y cifras actúan como un parecer verdadero y, en el período, la infografía se convirtió en recurrente en todos los medios como mecanismo eficaz de comprensión de los hechos. La metodología del enfoque empírico se ancla en la perspectiva de la semiótica tensiva que ofrece fundamentos teóricos para estudiar la dimensión sensible de los procesos interaccionales.

Palabras clave: Intensidad perceptiva. Experiencia en periodismo de datos. Infografías. *The New York Times*. *Folha de S.Paulo*.

1 Formas estabilizadas de representação jornalística

A busca de atenção dos interlocutores e das audiências nos processos comunicacionais é fato já suficientemente conhecido e debatido em vários campos de estudo: nos processos conversacionais, nos midiáticos tradicionais e nos circuitos em redes digitais. No jornalismo, esse fenômeno se evidencia não apenas em face dos seus

concorrentes, mas da disputa com outras formas de mediação como a publicidade e a televisão. Com a internet, sobretudo a partir dos anos 90, e com a web 2.0 e seus componentes de interatividade, ubiquidade, convergência, multiplataformas, entre outros, o recurso para distinguir-se dos demais se incrementa.

Se a atualidade das notícias em primeira mão se configurou como o ideal de todo bom jornal, hoje ela contrapõe em importância com a capacidade estratégica, cada vez mais requisitada, de saber dar continuidade à notícia: saber mediá-la e fazê-la circular sob forma prevalente aos outros sites e jornais, que também dispõem dos mesmos conteúdos, áudios, imagens e outras formas de representação.

Com esse propósito, as mídias, sobretudo as de maior porte, têm acionado sistematicamente os recursos de multimedialidade, interatividade e potencialidades do sincretismo de linguagens, para compor matérias singulares com apelo a reportagens baseadas em imagens panorâmicas, vídeos, mecanismos de 360 graus e imersivos, áudios captados em ato por qualquer testemunha ou participante. Do mesmo modo, replica ou ajusta os conteúdos em diversas plataformas conformando um movimento contínuo (Barbosa, 2013, pp.36–38) de dados que expõe, inclusive, uma espécie de autorreferencialidade da empresa jornalística, pelo trânsito de informações, explicações e justificativas tanto em seus sites e mídias sociais quanto nas redes digitais particulares de seus jornalistas. Em face dessas múltiplas recorrências, o cenário das atualidades tem se mantido no eixo entre a repetição das mesmas informações, com conteúdos similares ou até mesmo idênticos, e produções especiais voltadas a criar sensações de quebras na rotina. É nesse nicho que o caráter experimental do fazer notícia se enquadra com maior força, embora tenha se criado também uma padronização de reportagens multimidiáticas e imersivas, que mesclam o tratamento representacional dos fatos a ações do usuário em diversos níveis de interação.

Representação e ação constituem, já apontava Manovich no início dos anos 2000 (2000, pp.212–233), duas formas culturais da era da internet. À primeira correspondem as narrativas e os relatos registrados como editoriais, opiniões e notícias, expressos em temas e modos de figurar que visam a manter certo grau de “fidelidade” com os fatos. Essa fidelidade figurativa não deve ser confundida com a “verdade” dos fatos, embora ambas devam ser complexificadas e problematizadas. Trata-se de discursivizar os fatos por meio de formas simbólicas que sejam reconhecidas como figuras do mundo,

mesmo se consistem em estruturas estabilizadas pela cultura como expressões “representativas do real” (Fontanille, 2005, pp.99–122).

O que fazem os jornais, em geral, é corroborar tais padrões referenciais. Detenhamo-nos aqui apenas no visual: uma tragédia será vista como figuras associadas a pessoas que sofrem ou morrem, a destroços de coisa identificáveis como casas, plantas, carros, bens móveis. Se em vez disso, aparecer apenas um borrão, um ambiente irreconhecível, vago, embaçado, sua significação será investigada pelo leitor, que a ela tentará atribuir traços reconhecíveis, como a poeira levantada pela catástrofe, uma filmagem captada no calor da hora, outorgando, assim, algum valor de verdade ao seu efeito. Os processos simbólicos de figuração do mundo oscilam, portanto, entre formas altamente figurativas, iconizantes, e formas mais abstratas, que aparecem como tematizações dos fatos. Predominantes em certos discursos (como a tematização no discurso ensaístico ou a figurativização no fotojornalismo), podem alternar-se igualmente para criar percepções de visualidades e de subjetividades, ou imbricarem-se no mesmo discurso; é o que nos mostra Merleau-Ponty ao examinar o uso de figuras com contornos e manchas em Paul Cézanne (1984, p.117, grifos originais): “[...] Cézanne vai seguir por uma modulação colorida a intumescência do objeto e marcará em traços azuis *vários* contornos”.

O segundo fator, a ação descrita por Manovich, diz respeito aos modos de intervenção do usuário, mediante disponibilidade de menus de controle e outros mecanismos corpóreos e extracorpóreos, como aumento da imagem, circulação pela sua superfície, fixação (quando for em movimento), retorno, fragmentação e, em alguns casos, manipulações em ato, com mudanças ou inserções, além dos vários tipos de imersão que demandam graus de liberdade do movimento dentro do espaço virtual (*Degrees of freedom: DoF*) Pavlik, 2019, p.86).

Na referência que faz a esses dois procedimentos como formas culturais, Manovich (2000, pp.212–233) destaca a permanência da estrutura que adveio da fotografia e do cinema e a lógica da produção baseada em computador, sobretudo pela sua potencialidade 2.0. Com esses recursos sendo mobilizados até hoje, é esperado que os produtos jornalísticos também transitem por tais diferentes modalidades, oscilando entre o feito tradicional de notícias e formatos que associam em maior nível de densidade o sincretismo das linguagens, a multimedialidade e a multicompetência

dos sujeitos da enunciação, quais sejam enunciadoreenunciário. Pelo sincretismo, corrobora a mistura de grandezas verbais e não-verbais, plásticas e sonoras, com diferentes materialidades.

A multimedialidade permite combinar imagens fixas e em movimento, recursos de bidimensionalidade ou tridimensionais, áudios de vídeos, imagens fixas e em movimento, assim como os “objetos” em que esses enunciados circulam, incluindo hoje a possibilidade de todos operarem em único meio com a convergência midiática e as produções em multiplataformas (Jenkins, 2006; Barbosa, 2013). Obviamente, as potencialidades tecnológicas disponíveis são facilitadoras desse processo, e pode-se dizer que alimentam projetos sofisticados, incluindo equipes maiores e trabalho de mais longa duração, como se depreende das produções do jornal *The New York Times* (NYT), e, com menor frequência, da *Folha de S.Paulo* (FSP), do *The Guardian* ou do *El País*, mas não são condicionantes, como se verá com os exemplos abaixo examinados.

O objetivo deste artigo é mostrar um aspecto do processo comunicacional, não apenas jornalístico, mas aqui articulado a esse campo sociodiscursivo, qual seja o da recorrência de procedimentos, tradicionais ou incrementados com os avanços da tecnologia digital, que visam a potencializar a experiência das notícias. Em outros termos, parte-se da hipótese de que a dimensão sensível é condicionante da lógica comunicativa também no domínio da informação.

Trata-se de um pequeno recorte de projeto investigativo mais amplo sobre o valor-experiência no jornalismo¹, no presente caso direcionado à visualização de dados. No que concerne a uma metodologia de seleção dos exemplos, estes foram extraídos de um conjunto de peças noticiosas sistematizadas no período de janeiro a julho de 2020, e incidem sobre a questão da pandemia covid-19 porque o tema constituiu, por razões óbvias, a pauta das páginas principais dos jornais. Cada um deles, aqui representados por quatro casos, integra-se a um paradigma de tantas outras manobras enunciativas similares. A escolha deveu-se à percepção de que o envolvimento com um fato referenciado se inscreve em experiências de espacialidade, projetadas em estruturas bidimensionais ou tridimensionais, interativas ou não, em movimentos que visam a mobilizar figurativamente a intensificação de uma quantidade.

Temos como foco analítico a semiótica de base discursiva que tem como escopo a discussão dos sentidos considerados em sua dupla manifestação de conteúdos e de sensações, para os quais

são fundamentais as materialidades expressivas. Evitando, portanto, uma abordagem hermenêutica que supõe esgotar as mensagens de um texto, essa linha de investigação tem se desdobrado atualmente em diferentes perspectivas, mas todas conjugadas no princípio comum de que os componentes intelectivos e sensíveis se articulam. Dentre tais perspectivas epistêmicas, as categorias da extensidade e intensidade postuladas no corpo da semiótica tensiva revelaram sua pertinência na presente abordagem tendo em vista que contemplam o movimento dinâmico entre quantidade e qualidade na expressão dos sentidos.

A extensidade figurativa tem sua conformação estética nas formas, nos traços sensoriais, na compactação intensa e pontualidade tônica das emoções. Expressam, assim, um processo teórico-analítico que está formalizado *avant la lettre* nos empíricos trabalhados, de modo que não se trata de exemplos para uma teoria, mas sim de reflexões teóricas que se mostraram operacionais para pensar as formas de manifestações dos afetos em realizações visuais idealizadas a partir de bases de dados quantitativos. Procuramos ver (e sentir) o que se construiu discursivamente como modos de compreensão e delineamento do momento vivido, sem ter o objetivo de defender esta ou aquela visada teórica como a única possível.

Tais aspectos, intensidade e extensidade, juntamente com os conceitos de tonicidade e atonicidade, constituem categorias fundamentais da semiótica tensiva erigida por Claude Zilberberg (2012), a partir sobretudo dos postulados do estudioso dinamarquês Louis Hjelmslev sobre a importância de uma abordagem do fator sensível no estudo do sentido. Com a inserção dos valores qualitativos no exame dos textos, Zilberberg abre caminho para o estudo das tensividades adotando um viés de esteta no campo da semiótica, como bem lembra Discini ao ressaltar a definição dada pelo autor de que: “A tensividade é o lugar, ou a frente, onde se encontram, se reencontram a intensidade, como a soma dos estados de alma, e a extensidade, como a soma dos estados das coisas”². (Zilberberg, 2012, p. 17 apud Discini, 2019, p. 2, nota 3)

Em suma, indaga-se como são formalizados os aspectos das dimensões sensíveis nas estruturas visuais e como essas homologam as quantidades/qualidades expressas nos discursos verbais que as ancoram. No presente caso, toma-se como motivo principal dos conteúdos textuais a questão do impacto crescente gerado pela invasão, aumento e letalidade de um vírus.

A palavra-chave de recorrentes produções tem sido o valor atribuído ao compartilhamento de experiências dos fatos, ativando a sensibilidade do leitor/usuário para o ato comunicativo (Longhi & Caetano, 2019). O jornal NYT tem explicitado em seus relatórios o sucesso e o insucesso de certos experimentos, dando destaque ao fato de que cada vez mais o jornal precisa estar voltado à experiência do leitor, o que se manifesta claramente nas seções do “*Reader Center*”, “*TimesInsider*”, “*Network Learning*”, assim como na *Folha de S.Paulo*, pelo “*Folha Lab*”, “*Arte Folha*”.

Em que consistem de fato tais procedimentos? Destinam-se a dar espaço às escolhas temáticas dos leitores, às suas opiniões sobre as matérias publicadas, mas também a esmiúçar os procedimentos e propósitos do jornal na elaboração de uma matéria, de tal ou tal modo. Em suma: esmiúçama metalinguagem empregada para agregar valores afetivos ao noticiado, enfatizando os propósitos de certas opções temáticas, as estratégias discursivas idealizadas para o projeto, e as saídas estéticas a serem valorizadas no ato comunicativo. Estética deve ser entendida nesta ocorrência em sua condição de vincular as pessoas em comunidade afetiva, como manifestação própria da busca do movimento compreensivo, que não se baseia apenas sobre dados intelectuais e racionais, nem elimina do banal o valor do belo e do sublime (Lopes, 2007, p.37-49).

Enquanto os pesquisadores de jornalismo, em sua maioria, ainda pensam em termos informativos para a prática jornalística, muitas equipes multidisciplinares jornalísticas têm procurado evidenciar o envolvimento com os fatos (de ambos os atores do processo enunciativo, leitores e redatores) sem cair no exacerbamento de sensações que excitam nossas mentes e corpos. Visam a focalizar produções comprometidas com a ambivalente condição humana de conhecer e emocionar-se, sem apelos sensacionalistas de mera atratividade visual. É o caso dos empíricos de ambos os jornais escolhidos para discussão, o NYT e a *Folha de S.Paulo*, que convocam, nas ocorrências selecionadas, a participação criativa e crítica do leitor, por meio dos recursos arrolados, buscando sua interação nas modalidades educativas para aprender a lere fazer diferentes formatos, compreender e usar imagens com poder de expressão equivalentes aos discursos verbais, entre outros.

Tem-se clareza de que a experiência visada pelas criações jornalísticas, amparadas ou não em sofisticadas tecnologias digitais, não pode ser confundida com a experiência do fato, de quem está

no centro dos acontecimentos. Elas podem simular situações de convocação da nossa sensibilidade para a capacidade perceptiva em face do mundo, mas, nessa relação dinâmica, circular, com os ambientes físicos, articulam-se como performances simbólicas de instituição dos sentidos (em ambas concepções, significação e sensorialidades), que já estão impressas no próprio ato perceptivo. Como postula Valverde (2017, p.30, grifos originais), “a própria atividade perceptiva aproxima-se da forma de compreensão que experimentamos na linguagem e podemos dizer que *a percepção é já expressão*, porque o que percebemos, mais do que representar o mundo, expressa o próprio movimento pelo qual o habitamos”.

Por isso, os estudos voltados aos atos comunicativos não podem prescindir da análise das estruturas languageiras, uma vez que elas podem formalizar em suas instâncias produtivas de sentidos tanto os conteúdos a que se reportam quanto as lógicas diversas de percepção, sensibilidade e materialidade estética; seja por dotação coletiva no uso social da linguagem, seja por intuição e experimentação pessoal de suas potencialidades. Enquanto manifestação coletiva, adquirida historicamente, cada meio simbólico é carregado de valores interpretados de diversas maneiras em função de padrões e circunstâncias culturais; enquanto construção de um sujeito no uso das possibilidades languageiras, procedimentos podem ser adotados consciente ou inconscientemente para melhor se adequarem às representações limitadas da experiência vivida. Tal fenômeno explica a importância da percepção no contato do corpo com o mundo, de sua natureza expressiva como movimento próprio de linguagem e de sua instituição material em escolhas e usos simbólicos (Fontanille, 2016).

Não se deve, porém, deduzir que os condicionantes técnicos e tecnológicos sejam determinantes exclusivos de sensibilidades, ou de “sensibilidades híbridas” no contexto da contemporaneidade. Ainda na esteira de Valverde (2017, p.43), corroboramos a ideia de que não existem “novas sensibilidades” como apregoam certas teorias ou autores, mas a ideia de que “diferentes formas de sensibilidade são diferentes padrões de recepção adquiridos pelos hábitos introduzidos por diversos meios, sustentados em diferentes tecnologias”, que não são, no entanto, exclusivos dos processos sensoriais, uma vez que atuam “num ambiente discursivo e segundo uma disposição (*pathos*), que se traduz em determinados usos e costumes (*ethos*)” (Id., p.43, grifos originais). Condicionados historicamente, são suscetíveis de acionarem, em sua complexa copresença, a nossa ambivalente sensibilidade.

Temos trabalhado, em pesquisa mais ampla, e no contexto do atual jornalismo com a ênfase dada pelos criadores da informação ao conceito de experiência do usuário/leitor, tal como o NYT que explicita esse foco, ou outros jornais que o exprimem em outros termos, como o jornal mexicano *El Clarinete*, que tem como divisa agregada ao nome a expressão “*Seve y se siente*”.³ O recurso à denominação “valor-experiência” (Longhi & Caetano, 2019), em clara analogia ao já usual termo “valor-notícia”, tem-se mostrado adequado para explicar esse intuito de chamar a atenção a um procedimento que não é novo, mas, se acentua nas últimas décadas devido às potencialidades tecnológicas e interacionais, qual seja o de imprimir ao teor informativo a agregação do ato de experimentar conteúdos (que não deve ser confundido com a interatividade, como se mostrará com os empíricos).

Tanto experimenta a práxis do fazer jornalístico, quanto se visa a fazer experimentar o leitor/usuário mediante o ato da apreensão de significados, sensações e sensibilidades. Para tanto, explora constituintes dos planos de expressão dos diferentes meios para que concretizem por recursos específicos os conteúdos veiculados de modo a serem experimentados na performance plástica (em discursos visuais de caráter espaço-temporal), no seu andamento (aceleração/desaceleração), na sua tensidade (intensidade/extensidade), entre outros, como o constituinte sonoro (em discursos orais) que não será aqui abordado. Os casos examinados mais adiante privilegiam essas variáveis com ênfases distintas. A impressão de estar experimentando algo pode ser obtida por manobras mais evidentes nas criações atuais, quando a intervenção efetiva do leitor é solicitada por alguma atitude reativa.

O segundo componente da cultura digital aventada mais acima a partir de Manovich (2000, pp.212–233), a ação, não deve ser vista, entretanto, exclusivamente em seu componente interativo de interferir no processo produtivo, mas também de reagir a certas solicitações aventadas por fontes cuja competência está legitimada em seu fazer e em seu parecer. Para tanto, contribuem as editorias dos jornais já mencionadas, e as redes sociais de suas equipes que revelam os bastidores das próprias criações ou de outros colegas, como se verá no primeiro empírico aqui trabalhado. Alguns exemplos de infografias selecionados, relativos à escalada da covid-19, são exemplares para conduzir nosso raciocínio, pelo fato de que são apreendidos usualmente, sobretudo pelo senso comum, como

elaborações objetivas, baseadas em dados numéricos, portanto destinadas a fazer compreender e comprovar os acontecimentos.

Os primeiros empíricos provêm do NYT e o último, uma montagem feita pela *Folha de S. Paulo* de uma foto e uma infografia, serve para evidenciar processos distintos de formalização visual e o modo como, juntas na superfície de uma página dupla, a imagem figurativa da fotografia e abstrata do gráfico outorgam sentidos suplementares de intensidade emotiva aos dados expressos numericamente.

Indagamos a respeito dos empíricos como podem “funcionar” para exprimir estados subjetivos em face de certas situações passionais. Em outros termos, como fazem para imprimir na superfície do espaço a experiência de intensificação dos quantificadores ali registrados. Além disso, com o cenário da pandemia, a infografia passou a dominar as páginas e telas dos jornais e das redes sociais, porque revelam visualmente percentuais, fluxos, curvas de aceleração e pregnância da doença em escala planetária em leitura mais ágil e imediata. A dedicação de múltiplos e frequentes trabalhos sobre a infografia e o design da informação atestam a importância que a visualização de dados assume no cenário dos *big data*, inclusive contemplando os aspectos sensíveis desses processos (Teixeira, 2007, 2010; Rinaldi & Teixeira, 2015; Engebretsen & Kennedy, 2020; Simpson, 2020; Weber, 2020).

Convém, no entanto, ressaltar que não se trata de um artigo voltado a atualizar a discussão teórico-analítica sobre visualização de dados no jornalismo, e menos ainda de sistematizar uma revisão de bibliografia sobre jornalismo digital ou equivalente. O recorte é claro – focaliza um aspecto dos estudos semióticos da experiência e dos sentidos que se mostrou pertinente na abordagem analítica dos casos detectados.

2 O mais do mesmo, entre o excesso e a falta

Com o espalhamento do vírus, o esquema do “mais do mesmo” (Zilberberg, 2012) se acentua: a pauta é praticamente direcionada para a crise sanitária e econômica, por justa razão, mas aqui no Brasil é salpicada pelos problemas políticos que promovem, *pari passu* ao novo coronavírus, o incremento da angústia das pessoas pela perspectiva do futuro⁴. Tirando,

portanto, essas crises quase diárias provocadas principalmente pelo executivo brasileiro, e que configuram um diferencial na pauta dos números de casos e óbitos da doença, assiste-se a um processo duplo, paradoxal mesmo, de percepção de falta e excessos dados informativos.

A falta se deve ao pouco conhecimento que temos do vírus, de sua evolução, comportamento, variação, à subnotificação de casos, à incerteza da longevidade de sua presença e efeitos, e, por conseguinte, ao nosso desconhecimento frente a situação econômica do país. O excesso vem pelos registros numéricos, percentuais, pela dilatação geográfica da covid-19 e pela duratividade de sua permanência, colocando-nos em estado de espera semiótica (nada confiante) do anúncio de rebaixamento da curva. A situação configura-se do ponto de vista tenso em um espectro bastante instável e desconfortável entre o mais e o menos, entre a extensidade e a intensidade.

Com a extensidade tem-se a implicação do que já é conhecido, mas com a intensidade, o problema torna-se acontecimental (Zilberberg, 2012; Fontanille & Zilberberg, 2001), porque, embora conhecido, sempre pode se apresentar mais impactante. É sobre essa dinâmica, e de seus efeitos de sentido, que o jornalismo precisa transitar para não “asfixiar a imagem”, uma vez que, na perspectiva de Didi-Huberman (2018, pp.52–54), “destruir e desmultiplicar são as duas maneiras de tornar uma imagem invisível: pelo nada e pelo excesso [...]. Que fazer contra essa dupla coação que deseja nos alienar da alternativa de não ver absolutamente nada ou de ver somente os clichês?”

Em suma, analisamos neste artigo como diferentes tipos de infografias podem acionar estratégias, por meio de recursos mais tradicionais ou da tecnologia digital, para conferir valor afetivo aos dados quantificadores, obtendo dessa maneira efeitos de sentido de extensidade e de intensidade, de proximidade do vírus e de presença da expansão da pandemia no planeta. Não se trata do processo apenas de transformar dados invisíveis em visíveis (Rodrigues, 2012), mas na conversão de quantificadores em acontecimentos emotivos, entendendo o acontecimento como o advento (admir) da e pela linguagem (Agamben, 2016, p. 66).

A infografia de dados pode originar-se de extração, acumulação e sistematização por meio de procedimentos algorítmicos, mas pressupõe uma construção retórica, mais ou

menos eficaz a depender da criatividade, que visa a persuadir e a afetar o leitor/usuário. Essa retórica da informação é tratada aqui antes como uma espécie de retoricidade, postulada por Fiorin (2020) como processo generalizado a todo tipo de discurso visando à sua eficácia performativa e expressiva que se opera por meio de procedimentos diferentes dos planos da expressão e do conteúdo. A retoricidade discursiva está diretamente implicada com eventuais efeitos de sentidos atribuídos às manifestações simbólicas– de verdade, objetividade (ou subjetividade) – os quais podem ser obtidos estrategicamente ou “independente de intenções conscientes do enunciador” (Fiorin, 2020, p.4), sendo a responsável, na perspectiva do autor, pela relevância das dimensões argumentativa e tropológica dos textos.

Nesse sentido, além dos fluxos materializados nos valores dos dados brutos, indicando recrudescimento/redução de um problema, as formas de visualização de dados podem outorgar aos gráficos e suas composições sincréticas certas sensações de sentimentos experimentados em face da informação. Como os eixos espaço temporais constituem as superfícies de agenciamento das grandezas simbólicas, estes é que serão trabalhados organicamente hibridizando dados digitais e intervenções subjetivas em materialidades diversas como linhas, cores, pontos, topologias, plasticidades. Para além da apresentação de dados, as infografias simbolizam maneiras de visualizar os valores e fluxos por elas expressos, os quais se distribuem sobre eixos espaço-temporais e visam à uma leitura específica do conjunto. Por meio de tais estratégias de retoricidade, inclui-se uma certa poeticidade (Postema & Deuze, 2020) nos modos de ver e conceber a informação.

3 Formas de inscrição da intensidade

3.1A pungência de um traço

O modo de ocupar uma página e de (des)respeitar os contornos dos espaços responsáveis pela separação dos tipos diferentes de conteúdos e editoriais pode gerar ruptura importantes na interpretação de dados quantificadores. Para além, ou aquém, de recursos mais alinhados com as disponibilidades das tecnologias de informação e comunicação, encontram-

se ideias instigantes de interrelação entre os gráficos e outros elementos do espaço discursivo do jornal, impresso ou online, criando um infográfico inusitado dilatado na superfície da página. É o caso desta produção da primeira página do NYT impresso, do dia oitode abril de 2020, sob o título “*How the Coronavirus Toll Grew*”⁵, apresentando uma sequência vertical de quatro mapas dos Estados Unidos, cada um registrando respectivamente mortes em 17 de março, 26 de março, dois de abril e seis de abril, com aumento dos pontos e picos vermelhos de incidência à medida que o número recrudescer.

Fica evidente na comparação entre os mapas o aumento da incidência de casos dada não apenas pelo aspecto crescente dos números e altura/largura dos picos que o indicam visualmente (em especial a partir do dia 26 de março), mas, sobretudo, pela ruptura de um princípio básico da diagramação, seja de páginas impressas ou de superfície de telas, ao projetar o pico de ascendência de New York sobre o título do jornal, como se empurrasse a letra “K” de seu nome, desestabilizando a feição rotineira que apresenta. A *sketch* do resultado visual foi publicada pelo editor de planejamento do jornal, Josh Crutchmer, em sua página do *Twitter* do dia sete de abril, portanto na noite anterior à sua publicação na primeira página, dando destaque e motivando comentários favoráveis ao projeto.

Tem sido recorrente no NYT a explicação ou ênfase a alguns dos mecanismos que sua equipe tem empregado para criar diferencial na exposição dos fatos, bem como justificar sua escolha para agendas ou formatos. Nesse sentido, consideramos relevantes à nossa pesquisa as seções especiais destinadas a atender às demandas de leitores, como “*Reader Center*”, “*Times Insider*” e a seção educativa “*The Learning Network*”, inclusive com lições destinadas a uma espécie de alfabetização para a leitura e preparo de infográficos na editoria “*What’s going on in this graph?*”, da qual este artigo representa apenas um recorte.

Aparentemente simples, a ideia de um traço vermelho alongado rasgando os contornos tradicionais de cada matéria na primeira página tem repercussões de presumida indizibilidade, porque destina-se a materializar o efeito semiótico da actualidade intensivo-extensiva da tragédia e sua repercussão acentuada na cidade de New York. Seu tamanho não está pré-determinado por um parâmetro escalar geométrico que o obrigue a ultrapassar a página, aliás o fenômeno não se reproduz em todas as plataformas.

Ele equivale antes à valoração sensível de um afeto que impacta o cidadão pelos seus efeitos o jornal em sua estabilidade rotineira. Daí o gesto desestabilizador que se sobrepõe ao título impenetrável do jornal em seus mais de cento e cinquenta anos.

Figura 1 – Reprodução de foto postada por Josh Crutchmer no *Twitter*



Fonte: *Twitter* de @jcrutchmer (07/04/20)

Figura 2– Detalhe da primeira página do NYT intitulada “How the Coronavirus Toll Grew”



Fonte: nyt.com (08/04/2020)

Na elaboração desse conjunto visual, dados quantitativos aliam-se a recursos de implicações qualitativas. Diante da avalanche de números que atingem todos os dias os leitores (assim como os jornalistas), essas manobras dão a perspectiva da intensificação de um montante, diagnosticam sua evolução e prognosticam uma escalada passível de se reproduzir em outros pontos do mapa. O espaço dos mapas é o do discurso representado, dos enunciados verbo visuais enquadrados pela parte superior inalterável do jornal e figuradora de sua identidade (Floch, 1995), onde se imprimem o nome, a data, a origem, a propriedade. Ultrapassá-la significa invadir espaços bem delimitados temporalmente e projetar essa medida no campo enunciativo do leitor, igualmente pungido pela força do pico vermelho perfurante.

Como fazer o leitor/usuário experimentar a ênfase que o criador pretende imprimir a seu trabalho, ou como fazer o outro sentir essa percepção de grandeza de um número que ele mesmo está sentindo? O exemplo do ponteiro que ultrapassa verticalmente a parte superior do jornal é uma boa ilustração dessa tentativa, pois a orientação vertical e a sobreposição são indicadores culturalmente reconhecíveis de elevação, positiva (como superioridade) ou negativa (como imposição). Mas não só a verticalidade de um traço pode ter essa força disfórica, ver-se-á no empírico a seguir que o seu contrário, o alastramento horizontal, também é passível de originar sensações inquietas de invasão do espaço da enunciação, aproximando o leitor dos fatos noticiados pelos seus componentes qualitativos.

Como já exposto, os eixos do espaço e do tempo constituem grandezas de profundidade equitativa que dão a uma sequência de ações o status de narrativa. É a narrativa do alastramento da pandemia que se constrói nesses procedimentos reiterados em diversas manifestações ao longo do ano de 2020, e aqui apontados em sua constituição representativa.

3. 2Adensamento e tangibilidade dos rastros

O empírico anterior constitui um caso de intervenção em faces bidimensionais. No exemplo que tomamos a seguir, tanto os recursos tradicionais quanto as potencialidades digitais de interação, em seus diversos níveis de imersibilidade (Pavlick, 2020), são mobilizados, dando-lhe uma compleição mais sofisticada do

ponto de vista técnico-estético. Trata-se do infográfico interativo do NYT (27/05/2020), intitulado “*An Incalculable Loss*”, voltado a dar um diferencial perceptivo ao número de 100 mil mortes atingido. Projetado por uma equipe de jornalistas do periódico e colaboradores em total de mais de 30 envolvidos, a matéria reúne nomes e descrições de vidas de mil pessoas nos Estados Unidos, falecidas em decorrência do coronavírus. Os dados foram extraídos de centenas de obituários, artigos de notícias e avisos de morte pagos para serem publicados em jornais e mídias digitais dos últimos meses.

Composto por desenho de figuras humanas que vão se multiplicando ao longo da tela, mediante a rolagem do cursor, o infográfico evidencia o aumento surpreendente de mortes não apenas no eixo vertical do tempo, mas também do espaço, uma vez que as figuras vão ocupando toda a superfície da tela e parecem se espalhar para além de seus limites laterais. O efeito de projeção do enunciado representado pelo infográfico no espaço da enunciação, supostamente ocupado pelo leitor, cria a percepção de presentificação do fato.

Para além, no entanto, de concretizar um número, o recurso a nomações de mil pessoas com breves descrições de suas vidas que vão se sobrepondo às figuras na tela, dão a tangibilidade da quantificação para casos que perdem, desse modo, o anonimato das cifras. O trabalho envolveu consultas a mais de 250 jornais e entidades, projetos de equipe multicompetente e tratamento de base de dados disponíveis.

A lista das fontes de compilação é colocada ao final da matéria permitindo acesso aos dados para serem visualizados, ou seja, verificados em sua credibilidade. Dessa visualização de dados à elaboração de todo o processo criativo, no entanto, organizou-se um projeto de construção formal capaz de agregar intensificação afetiva aos quantificadores, baseada na confiança e na experiência do sensível. Na primeira página do mesmo jornal impresso, o recurso tem de ser adaptado às características do meio. A apresentação do fato (100 mil mortes) materializa-se sob a forma de um grande infográfico de página inteira, cravada com os nomes de mil vítimas distribuídos ao longo de toda a superfície do suporte.

Figura 3 – Primeira página do NYT



Fonte: nyt.com (24/05/2020)

Nesse caso, a extensidade dos dados informativos performa na dimensão espacial o valor da quantidade, e a impressão (como marca que se imprime, que deixa rastros) dos nomes de cada um outorga o efeito de tangibilidade. Extraem-se os indivíduos do anonimato das cifras e cunham-se os rastros de sua vida pelas denominações que tinham.

Um nome, embora arbitrário, pessoal, adere ao indivíduo como uma característica. O fenômeno é o mesmo que o antropólogo Claude Lévi-Strauss (1983, como citado em Floch, 1985, pp.15–16) percebeu no que chamou de “pequenas mitologias” de um falante, com respeito às denominações de sua língua; ou seja, a incorporação de traços da constituição sonora do signo no seu significado. Essas “pequenas mitologias” podem ser resultado dos sentidos dados socialmente, ou da percepção de cada um em virtude das próprias experiências.

Corroborando essa ligação motivada que os falantes dão às formas sonoras de suas línguas e aos nomes que elas designam, vale destacar também a ênfase dada por Tzvetan Todorov (1982) sobre o fato de que os espanhóis substituíam todos os nomes indígenas, de coisas e pessoas, imediatamente pelo seu “equivalente” na língua do colonizador. Esses e outros múltiplos exemplos que poderiam ser arrolados atestam a aderência que os nomes passam a ter com seus objetos de designação, para além de uma mera identificação semântica, social (ou mesmo legal). No tocante às individualidades humanas, o nome converte-se no *arché* e no *ethos* de cada um. Transformar, portanto, um número em nome implica dar-lhe vida e rastro no espaço simbólico das representações.

Na versão online, o recrudescimento aparece na medida mesmo em que se faz a rolagem da tela, com a multiplicação de figuras humanas na sua superfície. Mediante o toque sobre os desenhos é possível tomar conhecimento dos nomes e de suas atividades.

Figura 4– print de telas do NYT (27/05/2020)



Fonte: www.nytimes.com/interactive/2020/05/24/us/us-coronavirus-deaths-100000.html

Devido à predominância da característica vertical das telas, a exploração se faz mais no sentido da rolagem para baixo ou para cima, mantendo-se fixo o enquadramento lateral, mas, assim como aconteceu na versão impressa, a impressão de sangramento da superfície das imagens opera-se igualmente na horizontalidade, o que diagrama a lógica de um olhar circular. Conforme vai se avançando para a cifra dos 100 mil (lembrando que ultrapassou-se muito esse número) diminuem as informações de cada um, pois a ideia é a da impossibilidade de contenção na tela, enquanto as frases dentro de um box sobrepõem-se ao anonimato das figuras: “Um número é uma medida imperfeita quando aplicado à condição humana. Um. Cem. Mil.”⁶ Observa-se, assim, que para cada plataforma os recursos discursivos aliam, em caráter sincrético, os mesmos componentes de articulação da extensidade e da intensidade.

Convém salientar que tais conjuntos figurativizam no seu desenho a dinâmica da expansão e do aprofundamento da crise sanitária, criando verdadeiras iconizações desse processo. O último empírico concretiza tal ideia na imagem de um percurso que desemboca no que é expresso por fotografias, e por esse diálogo criativo é que merece nossa atenção como fechamento.

3.3 Sentidos da morte em foto preto/branco e na configuração icônica de um infográfico

Quando o Brasil atingiu o pico de 100 mil óbitos, a *Folha de S.Paulo* impressa publicou em primeira página uma foto de grande formato de Lalo de Almeida. Tomando toda a extensão da superfície espacial na vertical, e alongando-se entre duas colunas de textos laterais, a foto mostra a captura de uma tomada de túmulos em área do cemitério São Luiz, em São Paulo, destinada a mortos pela covid-19. Assim como várias outras de uma série de imagens dos efeitos da pandemia feitas pelo mesmo fotógrafo, as imagens são em preto e branco, deixando evidente a escolha autoral pela ausência de cores, ou sobretudo pela presença marcante do contraste de luz e sombras que é reforçada nas nuances cinzentas.

Apenas um pequeno infográfico aparece no privilegiado espaço da coluna lateral esquerda da parte superior da página, mas seu objetivo não é fazer visualizar a escalada da pandemia, e sim abordá-la em perspectiva comparativa com outras tragédias, como

mortes no trânsito e por assassinatos em 2019 no Brasil, na Guerra do Paraguai ou após o impacto da bomba atômica em Hiroshima, índice superado pelo número de vítimas devido à covid-19. Aos inúmeros infográficos publicados pelo jornal ao longo dos seis meses de disseminação do vírus no país, o jornal opta pela tomada sintética de um visual que destaca o fenômeno escalar que chega até 100 mil por meio de uma foto de grande formato que se impõe à primeira leitura da notícia.

Ou seja, nessa ocorrência não é mais a intensidade do número que foi privilegiada, mas a intensificação do efeito da doença mediante recurso da imagem em preto e branco, que evoca, pelo histórico de sua recorrência nas divulgações das catástrofes e tragédias, o caráter dramático de uma situação que traz na sua esteira o medo do porvir. Merece destaque o fato de que a alusão à morte pela perspectiva do espaço em que ela se manifesta em toda a sua inevitabilidade – no cemitério –, e onde se perpetua a memória de uma perda (expressa pelos dois buquês com rosas no chão de terra granulada), é recorrente e tem seu efeito garantido como ameaça da finitude de todos os seres vivos.

Em páginas interiores, o acontecimento volta a se manifestar pela extensidade, não dada por cifras em gráficos, mas pela sequencialidade de covas abertas no mesmo local como a presentificar o espaço em que cada um pode vir a ser contido, o que converte o anonimato das mortes na eventualidade de sua presença a cada um dos leitores. Como se vê, os recursos são outros, mas a lógica da intensidade concentrada e da extensidade pervasiva se expõe também pelo recurso a fotos. São imagens ainda de Lalo e performadas pelos contrastes de luz e sombra do preto e branco.

Entretanto, no meio do caderno dedicado à covid-19, a união de foto de uma série de túmulos ao lado de infográfico especificando dados dos fluxos da pandemia incita uma leitura necessariamente comparativa dos dois recursos – foto e infografia. Expostos em folha dupla (B6 e B7) a fotografia de grande tamanho integra a mesma série de Lalo, em p/b, e a infografia ocupa toda a extensão vertical da página direita ladeando a foto e o texto verbal da matéria, com o significativo título “O caminho dos 100 mil”, de Simon Ducroquet (figura 4).

Consciente ou inconscientemente programada, essa montagem promove evocações histórico-culturais significativas para a apreensão dos fatos, uma vez que a opção em não usar imagens

coloridas implica escolhas de uma larga tradição, na qual fotos em preto e branco utilizadas no contexto da contemporaneidade demandam do leitor um certo tipo de cumplicidade compreensiva para perceber um valor afetivo em sua constituição. A questão da cor, portanto, deixa de ser mero signifiante de uma figura do mundo, ela impõe seu valor interpretativo como manobra de intensificação icônica.

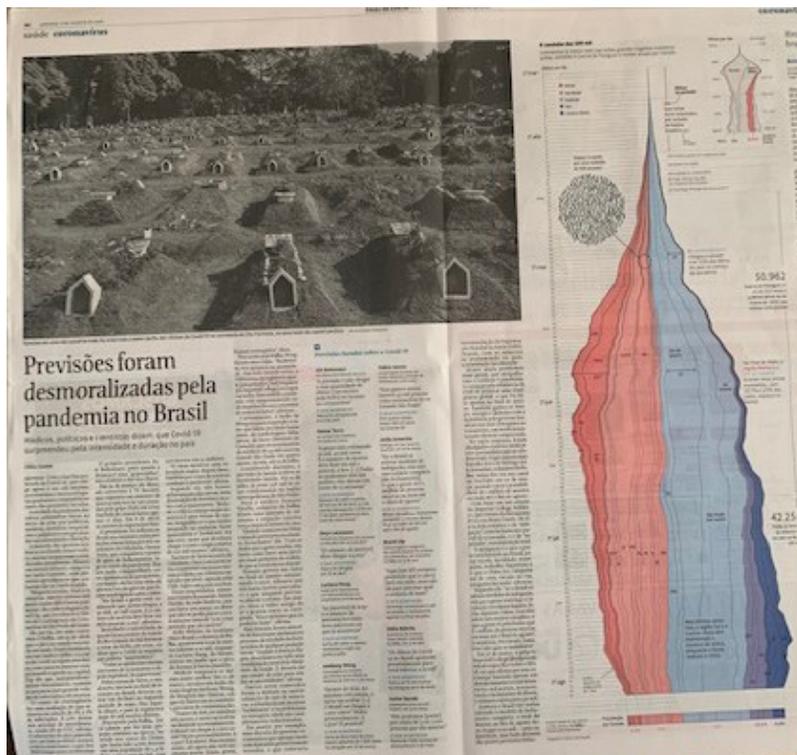
A sensação da amplitude é dada também pela tomada aberta na base do enquadramento, que agrega o sentido da proximidade e da pervasividade na/pela foto, que utiliza, assim, os recursos da imagem visual para provocar efeitos de sentido emotivos. O ambiente é captado, porém, em sua imediaticidade e totalidade, apreende-se numa visada geral a manifestação intensiva da quantidade. Do ponto de vista de sua composição na página, o grande formato e a invasão da mancha imagética sobre a outra folha, acompanhando o desenho das colunas de texto verbal, dão conta da extensão do problema. No infográfico, ao contrário, prevalecem não as figuras alusivas ao destino do número de mortos, mas a precisão dos dados, e a estratégia para tal agregação de valor-experiência aos mesmos vai ser recuperar essa compleição icônica na diagramação compositiva das informações numéricas e geográficas em associação com o título indicativo de um caminho dos 100 mil.

O fluxo de dados ao longo do tempo configura uma imagem que vai se alargando à medida em que crescem os casos e acaba desenhando a figura de um percurso com vias paralelas, de intervalos mais estreitos ou mais largos, conforme a amplitude de presença dos infectados em vários Estados brasileiros. Um caminho enorme de várias pistas se delinea e “faz sentir visualmente” o fluxo de avanço da pandemia por diferentes espacialidades geográficas e em sua duratividade temporal. A quantificação do número de covas na foto e concretização desse valor em dados numéricos encontram uma síntese, portanto, na performance do “caminho”, como o extenso percurso que atravessa cidades, meses e desemboca/interrompe-se na imagem das covas abertas à espera do que flui sobre seu leito.

O efeito perceptivo da duração é de ordem sensível, pois materializa-se nos constituintes figurativos e plásticos do visual e afeta suscitando emoções e paixões. Em outros termos, os “caminhos” da morte encontram sua expressão icônica no desenho do infográfico, assim como na foto as cavas abertas e a série de túmulos trazem os vestígios de algo invisível em formas simbólicas que tentam formalizar visualmente o indizível do tamanho dos estragos

relatados na matéria verbal e condensado no título “Previsões foram desmoralizadas pela pandemia no Brasil”.

Figura 5 – *Folha de S.Paulo*, páginas B6 e B7, caderno Saúde – Coronavírus (09/08/2020)



Fonte: *Folha de S. Paulo*, fotografia da autora a partir da versão impressa de 09/08/2020. Créditos: foto de Lalo de Almeida e infografia de Simon Ducroquet. Fonte de dados: Brasil.IO, *Our World in Data*, acervo da Folha e Câmara dos Deputados.

4 Conclusão

Esses empíricos mostram um tratamento jornalístico que não se enquadra na produção acelerada, ainda que cotidiana, da informação. Revelam, de um lado, interações entre os seres humanos e os algoritmos, o homem e as máquinas, que demandam ajustamentos elaborativos, assim como produções do acaso. Explorações de experiências espaço-temporais de aprofundamento vertical impondo-se até mesmo à rotina programática/diagramática do jornal; de sensações dilatadas de

cifras de mortes obtidas pela expansão vertical/horizontal de toda a superfície da tela/página; de formalização figurativa dessas perdas pelo recurso tradicional de uma foto de poucos recursos e em p/b, como estratégia de resgate da ausência de cor que destaca as tonalidades cinzas do pó (não há como evitar a associação com a ideia da cinzas), são mecanismos singulares desses exemplos, mas generalizam em sua manifestação a recorrência de uma direcionalidade – a da expressão dos afetos em consonância com a informação de fatos.

No último caso, foto e gráfico se associam em relação de sentido complementar, cada um reforçando os valores semânticos expressos no outro, inclusive no espectro das cores para o gráfico e da falta de cores para as cenas figurativas, em que o vazio do fundo escuro contrasta com o forte efeito de presença dos contornos delineados das figuras das covas. Esse acionamento do imaginário entre o vazio e o cheio como forte portador de sensações disruptivas que nos impõem a dupla distância já foi explorado por Didi-Buberman (2010, p.77). Ou seja, se os atos comunicativos se materializam na dupla articulação inteligível/sensível das potencialidades simbólicas, também os ambientes informativos incrementam cada vez mais recursos para que os afetos e as emoções possam ser formalizados nas dimensões do espaço.

Bem como o tempo se inscreve na dimensão espacial das imagens por manobras de anamorfose cronotópica (Machado, 1997), pode-se afirmar que tais composições de gráficos, fotos e diagramas idealizados a partir de grandes bases de dados implementam traços afetivos aos operadores conceituais (Deleuze & Guattari, 2009, p. 164-201), imprimindo formas de experiência que inscrevem uma ordem de intensidade tanto quanto de extensão tópica (Didi-Huberman, 2010, p. 218). Os acionamentos insólitos de constituintes plásticos são suscetíveis de imprimir sensações do que nos pune na experiência espaço-temporal do vivido. Interessamo-nos, na qualidade de estudiosos das linguagens e de suas injunções nos processos comunicacionais, pelas equivalências discursivas engendradas para “representar” estados passionais ou emotivos a serem detectados por suas marcas nessas produções.

Não se trata de procurar relações diretas e fixas, é antes a potencialidade criativa das linguagens, como já se referia Chomski (1972, pp.13–41) ao falar da função constitutiva da linguagem humana: “Assim, o uso criador da linguagem [...] acompanha qualquer ato da imaginação criadora e está subjacente a ele, não importando a matéria prima em que é realizado”. Também os atores, homens e algoritmos, ajustam-se em movimentos modulados de programação, estratégias e acidentes

para conformar experiências em formas simbólicas provocadoras de nossa atenção. Ed Finn (2017, p.192), estudioso dessas interações dos sujeitos com as máquinas, postula que “o espaço de imaginação existe no contexto algorítmico”⁷ e nos propõe considerar tais relações como “experimental humanities”; preferimos dizer, com Dewey (2010), que estamos diante de fatos da experiência, em face dos quais somos mobilizados em nossa dimensão sensível e inteligível.

Pode-se retrucar que todas são estratégias do jornalismo destinadas a exacerbar os temores em face da realidade. A situação vivida nesse momento, entretanto, não inscreve redatores, designers, editores apenas no exercício do pensamento; são partícipes de uma tragédia na condição de seres agentes e seres agidos. Mais do que nunca, a percepção já se faz linguagem, e essa linguagem sangra em face do terror da realidade.

NOTAS

- 1 Projeto aprovado pelo CNPQ, em janeiro 2020, na modalidade de bolsista em Produtividade em Pesquisa.
- 2 «La tensivité est le lieu, ou le front, où se joignent, se rejoignent l'intensité au titre de somme des états d'âme et l'extensité au titre de somme des états de choses.» (Zilberberg, 2012, p.17 apud Discini, 2019, p.2, nota 3).
- 3 Recuperado de www.elclarinete.com.mx | Acesso em agosto de 2020.
- 4 Múltiplos textos e obras, de caráter jornalístico, político, de cunho científico ou midiático, nos níveis nacional e internacional, têm trazido à discussão os problemas decorrentes de uma ausência de gestão responsável e comprometida da parte do governo brasileiro concernente às medidas de maior controle dos problemas sanitários, econômicos e políticos do país, gerando cenários de inquietude e manifestações de desagrado.
- 5 Uma cópia em alta resolução da primeira página do jornal está disponível em: <<https://static01.nyt.com/images/2020/04/08/nytfrontpage/scan.pdf>>. Acesso em agosto de 2020. Discussão mais detalhada e aprofundada desse exemplo pode ser consultada em Caetano, K. (2020). Des données au sens dans le discours de l'information. *La rhétoricité de l'infographie*. Interfaces numériques, 9 (3). DOI : 10.25965/interfaces-numeriques.439

- 6 “A number is an imperfect measure when applied to the human condition. One. Hundred. Thousand.” (Tradução no texto nossa)
- 7 “A number is an imperfect measure when applied to the human condition. One. Hundred. Thousand.” (Tradução nossa)

REFERÊNCIAS

- Agamben, G. (2016). *L'áventure*. Paris: Éditions Payot & Rivages.
- Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In J.Canavilhas (Org.), *Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp.33–54). Beira Interior: Universidade da Beira Interior (UBI),
- Chomsky, N. (1972). *Linguística cartesiana: um capítulo da história do pensamento racionalista*. Petrópolis: Vozes: São Paulo. EdUSP.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2009). *¿Qué es la filosofía?* Barcelona: Editorial Anagrama.
- Dewey, J. (2010). *Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes.
- Didi-Huberman, G. (2010). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.
- Didi-Huberman, G. (2018). *A imagem queima*. Curitiba: Medusa.
- Discini, N. (2019). Claude Zilberberg: o semiótico e o esteta. *Actes Sémiotiques*, (122), 1–7. DOI: - 10.25965/as.6335
- Engelbrechtsen, M., & Kennedy, H. (2020). *Data visualization in society*. Amsterdam University Press: Amsterdam.
- Finn, E. (2017). *What algorithms want: imagination in the age of computing*. Cambridge: MIT Press.
- Fiorin, J. (2020). De la rhétorique à la rhétoricité. *Actes Sémiotiques*, (123), 1–13. DOI: 10.25965/as.6414
- Floch, J.M. (1985). *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit: pour une sémiotique plastique*. Paris/Amsterdam: HadèsBenjamins.
- Floch, J.M. (1995). *Identités visuelles*. Paris: PUF.
- Fontanille, J., & Zilberberg, C. (2001). *Tensão e significação*. São Paulo: Discurso Editorial Humanitas/FFLCH/USP.

Fontanille, J. (2005). *Significação e visualidade – exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulina.

Fontanille, J. (2005). *Corpo e sentido*. Londrina, PR: Eduel, Paris – PressesUniversitaires de France.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.

Levi-Strauss, C. (1983). *Le regard éloigné*. Paris: Plon.

Longhi, R. R., & Caetano, K. (2019). Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial. *Galáxia*, (42), 82–95. DOI: 10.1590/1982-25532019340116

Lopes, D. (2007). *A delicadeza: estética, experiência e paisagens*. Brasília: Editora Universidade de Brasília / Finatéc.

Machado, A. (1997). *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas, SP: Papirus.

Manovich, L. (2000). *The language of new media*. Cambridge/ Londres: MIT Press.

Merleau-Ponty, M. (1984). *Textos selecionados. Os Pensadores*. São Paulo: Abril.

Pavlik, J. V. (2019) *Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media Are Transforming News*. New York: Columbia University Press.

Postema, S., & Deuze, M. (2020): Artistic Journalism: Confluence in Forms, Values and Practices. *Journalism Studies*, 21(10), 1305–1322. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1745666

Rinaldi, M., & Teixeira, T. (2015). Visualização da Informação e Jornalismo: proposta de conceitos e categorias. *Revista Estudos de jornalismo*, 1, (15), 106-121. Recuperado de http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20150209-revista_3.pdf

Rodrigues, A. (2012). Visualizar o “invisível”: era da infoestética no jornalismo de dados. Anais da *SBPJOR* (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo). Curitiba: PUCPR. Recuperado de www.academia.edu/2950068/Visualizar_o_invis%C3%ADvel_era_da_infoest%C3%A9tica_no_jornalismo_de_dados

Simpson, J. (2020). Visualization data: a lived experience. In M. Engebretsen & H. Kennedy (Orgs.). *Data visualization in society* (pp.155–168). Amsterdam: Amsterdam University Press. Recuperado de www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvzgb8c7.16

Teixeira, T. (2007). Metodologias de pesquisa sobre infografia no

jornalismo digital – uma análise preliminar. Anais do 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Aracaju, SE. Recuperado de sbpjour.org.br/admjor/arquivos/coordenada_2_.tattiana_teixeira.pdf

Teixeira, T. (2010). *Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA.

Todorov, T. (1982). *A conquista da América: a questão do outro*. São Paulo: Martins Fontes.

Valverde, M. (2017). *Pequena estética da comunicação*. Salvador: Arcádia.

Weber, W. (2020). Exploring narrativity in data visualization in journalism. In M. Engebretsen & H. Kennedy (Orgs.). *Data visualization in society* (pp.295–312). Recuperado de www.jstor.org/stable/j.ctvzgb8c7.24?

Zilberberg, Cl. (2012). *La structure tensive*. Liège: Presses Universitaires de Liège.

KATI CAETANO. Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná – PPGCom/UTP. Doutora em Letras pela FFLCH/USP, com formaçõespós-doutorais em semiótica e ciências da linguagem, EHESS/Université de Limoges e Univerité Paris7/École Normale Supérieure/ENS-Lyon – França. Líder do Grupo de Pesquisa INCOM – Interações Comunicacionais, Imagens, Culturas Digitais/UTP/CNPQ e pesquisadora 2, produtividade em pesquisa-CNPQ. E-mail: katicaetano@hotmail.com

Um dos pareceres utilizados na avaliação deste artigo pode ser acessado em: <https://osf.io/xgh57> | Seguindo a política de ciência aberta da BJR, o avalia-dor autorizou a publicação do parecer e a divulgação do seu nome.