

A narrativa nos Infográficos

The narrative in infographics

Rosângela Vieira, Paulo Cunha e Eva Rolim

Infográficos, Narrativa, Design da Informação

Este artigo tem por objetivo contribuir com as discussões dentro do campo do design, relacionados ao tema da narrativa, tendo como objeto de estudo os infográficos. A pesquisa foi realizada em duas fases considerando os artigos publicados na Revista InfoDesign e nos Anais do CIDI nos últimos cinco anos. Na primeira fase foram selecionados 21 artigos a partir do tópico infográficos. Na segunda fase, o recorte adotado considerou apenas os artigos que citavam o termo narrativa, reduzindo os artigos para 12. Os resultados mostraram que não existe um consenso quanto ao que é uma narrativa aplicada ao infográfico e que se faz necessário criar parâmetros para se gerar discussões mais claras.

Infographics, Narrative, Information design

This article aims to contribute to the discussions within the design field, related to the subject of the narrative, with the object of study infographics. The survey was conducted in two phases considering the articles published in the Journal InfoDesign and CIDI Proceedings of the last five years. In the first phase, from the infographics topic, we selected 21 articles. In the second phase, the clipping adopted considered only those articles that cited the narrative term, reducing the articles to 12. The results showed that there is no consensus as to what is a narrative applied to the infographic, and that it is necessary to create parameters for generating clearer discussions.

1. Introdução

Nosso estudo teve como ponto inicial de investigação o estado da arte sobre os Infográficos dentro do campo do Design da Informação, com o propósito de saber o que está sendo pesquisado com relação a este tema aqui no Brasil, já que este tem se apresentado com certa recorrência na área.

Em análise realizada em 21 artigos publicados nos últimos cinco anos na Revista Infodesign e nos Anais do CIDI, para observar a relação dos infográficos com a narrativa, foi notado que 9 artigos não faziam nenhuma menção a palavra narrativa e que 12 artigos citaram o termo, mas não apresentaram uma definição ou conceito para que o leitor possa entender que linha de pensamento está sendo abordada quando faz menção a ele.

Em números, podemos observar que o interesse no tema vem aumentando. Considerando os dois meios de publicação na área do Design da Informação, a Revista Infodesign e os Anais do CIDI, notou-se que em 2011, de 4 artigos, apenas 1 deles usou o termo narrativa. Em 2012 houve apenas 1 publicação que não fez menção a palavra, porém usou gráfico narrativo de espaço-tempo. Em 2013 foram publicados 5 artigos, dos quais 2 citaram o vocábulo, enquanto que em 2014 dos 4 artigos presentes, 3 deles usaram o termo narrativa, e em 2015, dos 7 artigos publicados, 6 fizeram citação.

Esses números permitem afirmar que o interesse pelo termo narrativa vem aumentando dentro do campo do Design da Informação (considerando a relação do mesmo com os infográficos), porém, como o entendimento do termo Narrativa não pode ser considerado de fácil entendimento conforme coloca Bal (1997), ou seja, não pode ser utilizado supondo-se que todas as pessoas irão entender da mesma forma, é preciso dar uma atenção maior a forma como ele vem sendo usado.

Essa colocação se torna interessante quando levantamos questões como: Que sentido o termo narrativa incorpora? Quando usado junto com a palavra infográficos que relação podemos estabelecer? Ao observar esta lacuna, optamos por tratar esta temática trazendo

para discussão os autores que de alguma forma pudessem contribuir para o entendimento do que seja um infográfico, como também, autores que colaborassem para a compreensão do que vem a ser narrativa, para a partir daí, criarmos uma relação entre os dois.

Para tanto, o objetivo deste artigo é contribuir com as discussões dentro do campo do design, relacionados ao tema da narrativa, tendo como objeto de estudo os infográficos, para que o debate deste não se limite apenas aos aspectos gráficos como tão comumente vemos.

Os resultados obtidos neste artigo mostraram que não existe um consenso quanto ao que é uma narrativa aplicada ao infográfico, dificultando o entendimento do mesmo no campo do design da informação. Com a diversidade de termos e definições existente, a partir dos diversos autores e suas correntes, torna-se imprescindível criar um parâmetro para gerar discussões mais claras.

Infográficos – algumas breves definições

Apresentaremos aqui algumas definições sobre o que é infográfico, para que se possa conhecer melhor o objeto de estudo, visto que, na literatura sobre o tema, é possível encontrar muitas definições para este termo.

Diversos são os autores que buscam definir o que significa infográfico. Como o propósito deste artigo não é lançar uma nova discussão sobre seu conceito, apresentaremos aqui algumas definições propostas por Lima (2009), por este se destacar nas referências encontradas nos artigos analisados, por Ribas (2005) e Lucas (2011), por eles apresentarem uma definição do conceito a partir do olhar de vários autores, além de, Lankow, Ritchie & Crooks (2012), por usar o termo “editorial infographics” e Rajamanickam (2005), por trazer um olhar sobre o objeto além de seus aspectos gráficos.

Alguns artigos analisados usaram como referência a definição proposta por Lima (2009), que em sua dissertação de mestrado define o termo infografia como “uma peça gráfica que utiliza simultaneamente a linguagem verbal gráfica, esquemática e pictórica voltada prioritariamente à explicação de algum fenômeno” (LIMA, 2009: 23), e também, abrangendo um pouco mais, o autor apresenta a definição para infografia jornalística a partir do ponto de vista do design jornalístico, buscando deixar claro que o infográfico se diferencia da ilustração tradicional na sua forma de se relacionar com o texto, pois ele não estaria subordinado a uma matéria, mas atuaria como fonte autônoma de informação, dessa forma define:

Um tipo de matéria jornalística onde o texto e a iconografia são interdependentes e a estratégia de leitura pode se desenvolver de forma não-linear, que se diferencia da iconografia tradicional pela possibilidade de se comportar como a fonte principal de informação na página (LIMA, 2009: 26).

Já Ribas (2005) e Lucas (2011) concordam que não existe um consenso para o termo infografia. Em seu artigo, Ribas (2005) busca delimitar o conceito de infografia a partir de autores do campo do Jornalismo para estabelecer diferenças e para que se possa ter uma compreensão mais clara sobre o termo. A definição apresentada por ela diz que:

A infografia tem a função de facilitar a comunicação, ampliar o potencial de compreensão pelos leitores, permitir uma visão geral dos acontecimentos e detalhar informações menos familiares ao público, tendo como conteúdo explicações em diversos níveis de complexidade, apresentações de fatos ou acontecimentos, informações de funcionamento, descrições de processos. Esta definição, que consideramos a essência do conceito, apesar das diferenças, está contida no discurso de diversos autores do campo do jornalismo (RIBAS, 2005: 16).

Lucas (2011) propõe definir infografia baseando-se em critérios da linguagem esquemática e em considerações gráfico-visuais. Em sua tese, o autor define infografia procurando entender o termo a partir de autores que o explicam tanto na língua portuguesa, quanto na língua inglesa, espanhola e francesa. Além disso, ele estabelece critérios que não apenas define o que é uma infografia, como também, a diferencia de outras formas de representação gráfico-visuais (RGV), assim, sua definição diz:

A infografia é um tipo de RGV mista que tende a utilizar hibridamente outros recursos visuais (os infogramas) tendo por base visual um diagrama preparado a partir do esboço de um jornalista, pelo fato de ela ser o produto da combinação desenhada a posteriori entre o esquema (lógico-relacional) e a esquematização (visual-referencial), e totalmente suscetível de mudança de conteúdo, significação e sentido em casos de alteração nos níveis dos sintagmas e da forma da expressão (LUCAS, 2011:

249).

Já Lankow, Ritchie & Crooks (2012) colocam que o termo infográfico é uma abreviação de “*information graphic*” e que alguns usam o termo para se referir ao tipo de formato que tem sido amplamente adotado por esta aplicação, que é caracterizada pelo uso de ilustração, tipografia larga, e longa, e orientação vertical para mostrar uma variedade de fatos. Essa caracterização é chamada pelos autores como “*editorial infographics*”. Os autores explicam ainda que o infográfico usa pistas visuais para comunicar informação e que eles não precisam conter uma certa quantidade de dados, possuir uma certa complexidade ou apresentar certos níveis de análises, mas eles podem ser tão simples quanto uma placa de trânsito que pode lhe fornecer uma indicação ou ter um nível de complexidade maior.

Para Rajamanickam (2005: 2) “*infographic*” é o mesmo que “*information graphic*”, de acordo com o que cita, “*In the attention scarce world of today, information graphics (or infographics) have taken the media and communications industries by storm*”. Para o autor, construir a representação visual de uma informação significa filtrar a informação para estabelecer relações entre elas, observar se há padrões, para então representá-las de maneira que o receptor possa construir um entendimento com significado, ou seja, vai além das questões dos aspectos gráficos de composição, buscando dar ao leitor um claro entendimento do conteúdo que se quer passar. O autor considera que “*information graphic reveal the hidden, explain the complex and illuminate the obscure*” (RAJAMANICKAM, 2005: 2).

Posto isto, podemos observar que as definições apresentadas se mostram de maneiras diversas, tendo Ribas (2005) baseado seu conceito no campo do jornalismo; Lucas (2011) definiu infográfico como uma representação gráfico-visual que tem como base um diagrama proposto por um jornalista; Rajamanickam (2005), que embora concorde com Lankow, Ritchie e Crooks (2012) que “*infographic*” é o mesmo que “*information graphic*”, considera que um infográfico vai além dos aspectos gráficos e Lima (2009), que construiu seu conceito levando em conta os diferentes recursos da linguagem gráfica.

Assim, é possível concluir que na literatura, além de não existir um consenso sobre o termo infografia, também não há um acordo para a definição de infográficos, pois os conceitos, ao menos os aqui apresentados, divergem. Dessa forma o designer precisa estar ciente desta multiplicidade para fazer a escolha de maneira acertada sobre qual termo ou definição utilizar.

Breve apresentação dos conceitos de narrativas

Na introdução de *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*, os autores Herman, Jahn & Ryan (2005: ix) comentam que “*The past several decades have seen an explosion of interest in narrative, with this multifaceted object of inquiry becoming a central concern in a wide range of disciplinary fields and research contexts*”. Segundo eles, os estudos sobre narrativa ganharam força na França em meados da década de 60 com o desenvolvimento das teorias estruturalistas da narrativa, e desde então, vem ganhando o interesse de diversas disciplinas como a sociolinguística, a análise do discurso, os estudos de comunicação, a teoria literária e filosofia, a psicologia cognitiva e social, a etnografia, a sociologia, os estudos de mídia, a inteligência artificial, entre outros.

Assim, considerando a ampla diversidade dos conceitos sobre narrativa, advindos de áreas distintas, e os contextos de cada campo, apresentaremos algumas definições com o intuito de auxiliar na compreensão dos significados do uso do termo narrativa nos artigos analisados. Logo, a finalidade aqui é apenas trazer para o leitor algumas definições para que o mesmo possa entender essa amplitude.

Iniciando pelo campo da Semiótica, Greimas & Courtés (2013: 327) em seu Dicionário de Semiótica, definem o termo narrativa “como aquele utilizado para designar um discurso narrativo de caráter figurativo, com personagens que realizam ações”. Esse conceito tem uma base em Vladimir Propp, autor do livro *Morfologia do Conto Popular Russo* (1928), que define função como “um ato de um personagem” (HERMAN, JAHN & RYAN, 2005), ou seja, ações que um personagem exerce na história.

Para Reis & Lopes, em seu Dicionário de Teoria da Narrativa, o termo pode ser entendido de diversas formas:

Narrativa enquanto enunciado, narrativa como conjunto de conteúdos representados por esse enunciado, narrativa como ato de os relatar (cf. Genette, 1972:71-2) e ainda narrativa como modo, termo de uma tríade de “universais” (lírica, narrativa e drama) que, desde a Antiguidade e não sem hesitações e oscilações, tem sido adotada por diversos teorizadores (...) (REIS & LOPES, 1988: 66).

Para os autores, vai interessar a última definição que considera a narrativa como modo literário, uma vez que as outras definições podem ser contempladas por outros termos como narração e história ou por conceitos como discurso.

Mieke Bal coloca que embora todos tenham uma ideia do que seja um texto narrativo, não é fácil decidir se determinado texto deve ser considerado parcialmente ou totalmente narrativo. Em seu livro *Narratology Introduction to the Theory of Narrative*, ela adotou a seguinte definição “A narrative text is a text in which an agent relates ('tells') a story in a particular medium, such as language, imagery, sound, buildings, or a combination thereof” (BAL, 1997: 5).

Em *Narratology: the form and functioning of narrative*, Prince (1982: 4), coloca que “*narrative is the representation of at least two real or fictive events or situations in a time sequence, neither of which, presupposes or entails the other*”. Porém, é preciso dizer que para Prince, embora a representação possa estar ligada a dimensão do tempo, nem todas elas constituem uma narrativa, e também, embora muitas coisas possam levar tempo, as suas representações não constituem necessariamente uma narrativa. O autor cita o seguinte exemplo:

*A fight can take a few minutes and a trip can take a few hours yet neither
(5) There was a fight yesterday
nor
(6) It was a beautiful trip
constitute narratives: they do not represent the fight nor the trip as a series of events but as one event.*
(PRINCE, 1982: 2)

No campo do cinema narrativo, Aumont (2012: 106) define que “a narrativa é o enunciado em sua materialidade, o texto narrativo que se encarrega da história a ser contada. (...) No cinema, compreende as imagens, palavras, menções escritas, ruídos e música...” segundo o autor, esses elementos aumentam ainda mais a complexidade da narrativa fílmica, uma vez que, elementos sem valor narrativo, como a música, torna-se um elemento narrativo do texto pela sua presença junto com a imagem e os diálogos.

Já no Dicionário Teórico e Crítico de Cinema, Aumont & Marie (2003: 209) apresentam a definição de narrativa proposta pelo estruturalista francês Gerard Genette, que aponta três sentidos possíveis para a palavra narrativa:

(...) O enunciado narrativo que assegura a relação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos”; “a sucessão de acontecimentos reais ou fictícios que são objetos desse discurso, e suas diversas relações de encadeamento, de oposição, de repetição etc.”; enfim, “não mais [o acontecimento] que se conta, e sim aquele que consiste no fato de alguém contar alguma coisa”. Genette e a maioria de seus sucessores concordam em restringir o emprego da palavra à primeira dessas significações (o segundo sentido corresponde então à história; o terceiro, à narração).

Com isto, o autor coloca que nos trabalhos de narratologia fílmica, a noção de narrativa adquiriu algumas características que a definem, que são, de forma resumida: uma narrativa é fechada, possuindo um começo, um meio e um fim; ela conta uma história; é produzida por alguém ou por uma instância semiabstrata; e sua unidade de narrativa é o acontecimento.

No campo da Literatura, Gancho (2006: 67) define a narrativa como um texto em prosa no qual se conta uma história. Esta por sua vez não existe sem os fatos, que são vividos pelos personagens, num determinado tempo e lugar. A autora salienta que para ser prosa de ficção é necessário a presença de um narrador que será o elemento organizador de todos os componentes e o intermediário entre a história (o que é narrado) e o autor, e entre o narrado e o leitor.

Na Linguística, destacamos a contribuição de Trask (2004: 204) para a definição do termo como:

Narrativa é um texto que conta uma história. Uma narrativa difere da maioria dos outros tipos de textos pelo fato de narrar uma série conexa de eventos, reais ou fictícios, de maneira mais ou menos ordenada. Além dos tipos conhecidos de narrativas escritas, tais como os livros de histórias e os romances, existem narrativas orais, isto é, histórias que se contam falando.

A definição apresentada por Trask se assemelha a definição colocada por Gancho no sentido de contar uma história. E tomando como base esta última, ao compararmos com os conceitos anteriormente citados, podemos encontrar alguns pontos em comum. Por exemplo, Gancho coloca que a narrativa é um texto que conta uma história (semelhante a Bal, Trask e Aumont & Marie), onde os fatos, que podemos chamar de eventos ou acontecimentos (como propõe Prince e Aumont & Marie), são vividos por personagens (como coloca Greimas & Courtés), num determinado tempo (conforme Prince) e lugar.

Obviamente, esta não é uma tentativa de criar uma definição geral para o termo narrativa, mas apenas mostrar que apesar de áreas distintas, podemos encontrar alguns pontos que se cruzam e permeiam a definição dos autores e que, de alguma forma, é interessante observar como os autores tratam os termos que parecem ter definições únicas em suas áreas.

Metodologia

Esta pesquisa foi dividida em duas fases. A Fase 1 tinha por objetivo identificar o que os artigos sobre infográficos no Brasil estavam discutindo no campo do Design da Informação. Com o resultado desta primeira fase, notou-se que havia uma lacuna nos estudos sobre infográficos que abordassem mais especificamente o campo da narrativa. Dessa forma, sentiu-se a necessidade de continuar a investigação direcionando o olhar para os artigos selecionados para tentar entender como esse tema estava sendo trabalhado. Esse momento compreendeu ao objetivo da Fase 2.

Questão de pesquisa e tópico

Na Fase 1 a questão inicial de pesquisa foi norteada a partir da pergunta '*O que as recentes pesquisas no Brasil discutem sobre infográficos no design da informação?*' A partir daí a busca foi norteada pelo tópico INFOGRÁFICOS.

A opção por observar os Infográficos, que fazem uso de imagens, ilustrações e ícones, além de textos, animações, interatividade, se deu por estes possuírem o objetivo de apresentar informações complexas de forma mais clara, aproximando-se assim do Design da Informação.

Na Fase 2 a pergunta que norteou o olhar foi '*Como os artigos sobre infográficos, no campo do Design da Informação, tratam o termo narrativa?*'. O tópico utilizado para a busca foi a palavra NARRATIVA.

Bases de pesquisa

Como o intuito era observar o panorama de pesquisas recentes realizadas e publicadas na área do Design da Informação no Brasil, o olhar se voltou para os artigos selecionados a partir de 2011 na Revista InfoDesign – Revista Brasileira de Design da Informação (Edições 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015) e nos Anais do 5º, 6º e 7º Congresso Internacional de Design da Informação (Edições 2011, 2013 e 2015 respectivamente).

As bases de pesquisas foram as mesmas tanto na Fase 1 quanto na Fase 2.

Critérios de inclusão e exclusão

Na Fase 1 os critérios de inclusão admitidos para a escolha dos artigos consideraram aqueles publicados completos ou apresentados como poster nas bases de pesquisas definidas.

Os critérios de exclusão consideraram os artigos que estavam fora das bases de pesquisa, artigos com publicação apenas do resumo e artigos publicados em outras línguas que não fossem o Inglês, o Português, o Espanhol ou o Francês.

Na Fase 2, partindo dos artigos já selecionados na primeira fase, os critérios de inclusão admitidos consideraram os artigos que apresentavam a palavra NARRATIVA. Os artigos que não usaram este termo foram excluídos da análise.

Seleção de Material

De acordo com os critérios de inclusão e exclusão já apresentados, o resultado da seleção do material na Fase 1 apresentou 21 artigos coletados, sendo 7 na Revista InfoDesign (Quadro 1),

4 nos Anais do 5º CIDI (Quadro 2), 4 nos Anais do 6º CIDI (Quadro 3) e 6 nos Anais do 7º CIDI (Quadro 4).

Quadro 1: Artigos selecionados na Revista InfoDesign (2011- 2015) para a Fase 1.

Revista Infodesign		
Ano	Autor(es)	Título
2011	--	--
2012	Juliana Carvalho, Isabella Aragão	Infografia: Conceito e Prática
2013	Milena Quattrer, Anna Paula Silva Gouveia	Cor e Infográfico: O Design da Informação no livro didático
2014	Mariana Lapoli, Tarcísio Vanzin, Vania R. Ulbricht	Organização da informação em narrativas infográficas na web voltadas para o processo de ensino-aprendizagem
	Paula Couto Lopes de Araujo Faria, Virginia Tiradentes Souto	Linguagem gráfica de infográficos online do governo brasileiro – Um estudo de caso do Portal Brasil
	Júlia Rabetti Giannella, Sandra Souza	Design e tratamento jornalístico na produção de infovis: apresentação de um modelo para análise de infográficos on-line
	Nadia M. Leschko, Vera M. M. Damazio, Edna L. O. Cunha Lima, Joaquim M. F. Andrade	Repercussões gráficas da passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil: infográficos publicados na imprensa periódica
2015	Ricardo Cunha Lima	O que é infografia jornalística?

Quadro 2: Artigos selecionados nos Anais do 5º CIDI para a Fase 1.

Anais do 5º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2011	Milena Quattrer, Anna Paula Silva Gouveia	O uso das cores em infográficos de divulgação científica
	Uriá Fassina	Contribuições da infografia para o processo de assimilação de conteúdo em tipografia
	Helder A. T G Cardoso, Luciano Adorno, Richard Perassi Luiz de Sousa	Infografia na era da informação digital: a interatividade aplicada nos e-readers.
	Tânia L.K. da Silva, Eduardo Cardoso, Fabiano V. Scherer, Ricardo M. Costa	A Infografia como recurso pedagógico em Design de Sistemas de Informação e Comunicação

Quadro 3: Artigos seleccionados nos Anais do 6º CIDI para a Fase 1.

Anais do 6º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2013	Rafael de Castro Andrade, Carla Galvão Spinillo	Infografia jornalística animada e interativa: estudo analítico sobre infográficos de saúde
	Glenda Gomes Cabral, João Paulo Soares da Silva	INFOGRÁFICOS: Uma maneira complementar e lúdica de ensinar metodologia científica para designers.
	Marcos Antonio de Lima Filho, Hans da Nóbrega Waechter	O design de um infográfico interativo para tablet e a necessidade de novos modelos de design
	Ary Moraes	O visível e o invisível em infografia jornalística: Uma reflexão a partir da noção de esquema e representação em Gombrich

Quadro 4: Artigos seleccionados nos Anais do 7º CIDI para a Fase 1.

Anais do 7º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2015	Bruna Ciafrei Rinaldi, Cassia Leticia Carrara Domiciano	Infografia: tendências no design editorial a partir da revista Superinteressante
	Gabriele M. S. Santos, Silvio B. Campello, Solange G. Coutinho	Variáveis para análise de infográficos interativos: um estudo descritivo em artefatos educacionais para o ensino médio
	Carla Cristina da Costa	Um método de ensino de construção de infográficos baseado no visual thinking e no design thinking
	Rafael de Castro Andrade, Carla Galvão Spinillo	Compreensão na infografia jornalística animada e interativa de saúde
	Ricardo Cunha Lima, Rafael de Castro Andrade, André Monat, Carla Galvão Spinillo	A adaptação de infográficos jornalísticos: a relação entre as versões on-line e impressa
	Daniel Nogueira, Vera Lúcia Nojima, Frederico Braida	Retórica do design: discurso visual e persuasão na produção de infográficos

Na Fase 2, partindo dos artigos já seleccionados na primeira fase, o recorte adotado considerou apenas os artigos que apresentavam a palavra NARRATIVA, reduzindo assim o corpus de análise para 12 artigos, sendo 4 na Revista InfoDesign, 1 nos Anais do 5º CIDI, 2 nos Anais do 6º CIDI e 5 nos Anais do 7º CIDI, conforme Quadro 5.

Quadro 5: Artigos selecionados na Revista InfoDesign e nos Anais do CIDI para a Fase 2.

Revista Infodesign		
Ano	Autor(es)	Título
2014	Mariana Lapolli, Tarcísio Vanzin, Vania R. Ulbricht	Organização da informação em narrativas infográficas na web voltadas para o processo de ensino-aprendizagem
	Júlia Rabetti Giannella, Sandra Souza	Design e tratamento jornalístico na produção de infovis: apresentação de um modelo para análise de infográficos on-line
	Nadia M. Leschko, Vera M. M. Damazio, Edna L. O. Cunha Lima, Joaquim M. F. Andrade	Repercussões gráficas da passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil: infográficos publicados na imprensa periódica
2015	Ricardo Cunha Lima	O que é infografia jornalística?
Anais do 5º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2011	Helder A. T G Cardoso, Luciano Adorno, Richard Perassi Luiz de Sousa	Infografia na era da informação digital: a interatividade aplicada nos e-readers.
Anais do 6º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2013	Rafael de Castro Andrade, Carla Galvão Spinillo	Infografia jornalística animada e interativa: estudo analítico sobre infográficos de saúde
	Ary Moraes	O visível e o invisível em infografia jornalística: Uma reflexão a partir da noção de esquema e representação em Gombrich
Anais do 7º CIDI		
Ano	Autor(es)	Título
2015	Bruna Ciafrei Rinaldi, Cassia Leticia Carrara Domiciano	Infografia: tendências no design editorial a partir da revista Superinteressante
	Carla Cristina da Costa	Um método de ensino de construção de infográficos baseado no visual thinking e no design thinking
	Rafael de Castro Andrade, Carla Galvão Spinillo	Compreensão na infografia jornalística animada e interativa de saúde
	Ricardo Cunha Lima, Rafael de Castro Andrade, André Monat, Carla Galvão Spinillo	A adaptação de infográficos jornalísticos: a relação entre as versões on-line e impressa
	Daniel Nogueira, Vera Lúcia Nojima, Frederico Braidá	Retórica do design: discurso visual e persuasão na produção de infográficos

Análise do conteúdo

Para análise do conteúdo na Fase 1 foram considerados três aspectos: O Objetivo (com o intuito de observar o que está sendo pesquisado); A Metodologia (para mapear as abordagens utilizadas e/ou observar como os autores realizaram a pesquisa) e os Resultados encontrados (para observar se as pesquisas conseguiram alcançar os objetivos propostos ou se o tema

necessita de mais pesquisas). Na Fase 2 a análise do conteúdo considerou como os autores utilizaram o termo narrativa no artigo.

Resultados

No que diz respeito ao uso da palavra Infográfico, observamos uma multiplicidade de termos utilizados, entre eles, podemos citar: Infografia, Infografia digital, Infografia jornalística, Infografia jornalística animada e interativa, narrativas infográficas, Infovis e Infográfico. Essa diversidade encontrada nos artigos se alinha com o pensamento de Ribas (2005) e Lucas (2011) sobre a questão da falta de um consenso em relação ao uso da palavra infográfico. Vemos portanto que essa variedade pode ser um reflexo do que mostra a literatura.

A grande quantidade de termos que se apresenta leva o leitor a pressupor que existem definições diferentes. Mas, ao observarmos os artigos, notamos que dos 12 estudos analisados, 4 deles usaram como parâmetro para definir infográfico o que propõe Lima (2009), 1 referencia sua definição a partir de outro artigo, que por sua vez, cita Lima. Além desses, 3 artigos não definiram o termo infográfico, 3 apresentaram definições mas não citam o autor e 1 apresentou definição com base em autores diversos, entre eles, Lima (2009).

Ao identificar que metade dos artigos analisados se baseiam em Lima (2009), podemos notar um indicador de que os autores dos artigos tentaram usar uma definição mais próxima de sua área, uma vez que Lima (2009) propõe sua definição a partir de autores do campo do Design, ou ainda, que há um certo encaminhamento para a escolha e uso do termo. Além disso, perceber também que a outra metade dos autores não definiram o que é um infográfico ou não apresentaram sua referência de definição, mostra que pode haver uma dificuldade em relação a este tema.

No entanto, mesmo diante desta diversidade (de termos e definições) é preciso encontrar parâmetros para o uso da palavra e do seu significado, para que se possa criar uma uniformidade quando o assunto é tratado dentro da área do Design, pois a falta de uma definição comum, só dificulta ainda mais o entendimento de um objeto de estudo, além de possibilitar uma margem ampla de interpretações.

Sobre o uso do termo narrativa, antes de iniciar nossas observações, gostaríamos de esclarecer que entendemos que o objetivo dos artigos analisados não era falar sobre narrativa. Não temos a intenção de criticar nenhum artigo ou autor sobre a forma como utilizaram essa palavra em seus textos. Nosso olhar sobre eles buscam apenas entender, dentro do Design da Informação, como o termo narrativa está sendo usado nos artigos que também tratam sobre infográficos.

Posto isto, notamos que os artigos apresentaram o uso da palavra narrativa de maneiras diversas, como: narrativas infográficas, narrativas visuais, narrativas gráficas não-lineares complexas, narrativa sequencial, visualizações narrativas, etc. Nos artigos não encontramos uma definição para estes termos, o que deixa o leitor livre para criar seu próprio entendimento, uma vez que, na literatura apresentada aqui sobre narrativa, também não foi encontrada essas definições.

Para exemplificar, recortamos dois trechos de artigos que citam o termo, são eles:

Nas narrativas infográficas, caracterizadas pela associação de ^[1]imagens e textos simples e objetivos, as informações são organizadas de maneira que o intérprete possa visualizar aquilo que é mais importante (LAPOLLI; VANZIN & ULBRICHT, 2014: 40).

Juntos, ^[1]os dois gradientes indicam resultados entre forças que um mesmo dispositivo infovis exerce para explanar sequências de informação, segundo narrativas e discursos jornalístico-editoriais, e propiciar ^[1]ao usuário a exploração do conteúdo a partir de percursos mais autônomos, sempre, no entanto, dentro de limites preestabelecidos pelos produtores da informação (GIANELLA & SOUZA, 2014: 314).

Nos dois trechos nota-se que o termo narrativa pode ser interpretado de maneiras diferentes. No primeiro exemplo podemos considerar a narrativa como uma história ou como coloca Bal (1997), como um texto em que alguém conta uma história em um meio particular, neste caso, usando textos e imagens. Já no segundo exemplo, o termo narrativa pode estar se referindo a narrativa jornalística (o que não contemplamos em nossas definições) ou pode

também, ser considerado de acordo com o conceito de Trask (2004) que afirma que a narrativa é um texto que conta uma história, mas que difere dos outros textos pelo fato de narrar uma série conexa de eventos, reais ou fictícios, de maneira mais ou menos ordenada, nesse caso, seguindo as especificidades do discurso jornalístico-editorial.

É preciso recordar que a literatura sobre narrativa é ampla e que suas definições variam de acordo com a área de conhecimento. Logo, não seria interessante para o leitor procurar as definições para poder entender o significado de um termo dentro de um contexto específico.

Em outro exemplo, seria possível também usar o termo narrativa associado ao que coloca Greimas e Courtés (2013), pois em exemplos de infográficos apresentados no artigo é possível vermos personagens em ação (RINALDI & DOMICIANO, 2015: 1067). No artigo de Rinaldi & Domiciano (2015) chama a atenção o fato do objetivo ser analisar o design editorial dos infográficos, a partir do conceito de narrativa transmidia, porém a narrativa em si, não é analisada no artigo.

Em outro caso, poderíamos associar o conceito de narrativa de acordo com Aumont [et al.] (2012) que define seu conceito dentro do campo do cinema narrativo. Como Moraes (2013) não apresenta uma imagem do infográfico em seu artigo, supomos que eles possam ter sido elaborados a partir da linguagem do cinema, uma vez que o autor comenta sobre a organização da narrativa, que nesse caso, pode ter seguido a lógica da narrativa do cinema.

No segundo caso, as representações aparecem combinadas à perspectivas produzidas a partir de técnicas de representação variadas, em escalas distintas e dispostas fora da **lógica sequencial da narrativa**, usando, portanto, sintaxe própria. Neste grupo, cujo caso mais agudo é o do trabalho publicado pelo jornal Daily Mail, estão aqueles publicados pelos jornais Aamulehti, The Independent, New York Post, La Prensa Grafica, Kleine Zeitung, El Universal, El País, Ekstra Bladet, Daily Express, Dagens Nyheter, Aujourd'hui em France e ABC. Este grupo pode ser identificado como o dos infográficos "comprometidos" - aqueles cujo caráter de confiabilidade acaba comprometido pela lógica peculiar que adotam, pela falta e coerência visual (expressa na paleta de cores, proporções etc.) que manifestam, ou ainda pela resistência dos críticos aos clichês oriundos do cinema de ação utilizados na **narrativa visual** que desenvolvem (MORAES, 2014: 7, grifo nosso).

Também observamos que muitos artigos utilizaram o termo narrativa no sentido de história, e neste caso, bem próximo ao que Trask (2004) define. Talvez essa proximidade tenha fundamento com o que coloca Lankow, Ritchie & Crooks (2012: 21):

Narrative an approach to information design that seeks to guide the viewers through a selected set of information that tells a story. This is best used for infographics that communicate value judgments and are designed to leave the viewers with specific message to take away.

É possível que essa seja a ideia geral sobre narrativa que muitos designers adotam, a de que ela conta uma história, e apesar de não estar claro em seus textos, há um "consenso" de que essa ideia é entendida quando se usa o termo.

Mas, como o uso da palavra narrativa aparece em contextos diferentes, é difícil associar com precisão todos os sentidos a ele atribuído. Herman, Jahn & Ryan (2005) em sua *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* apontam que:

However, the very predominance of narrative as a focus of interest across multiple disciplines makes it imperative for scholars, teachers, and students to have access to a comprehensive reference resource — one that cuts across disciplinary specialisations to provide information about the core concepts, categories, distinctions, and technical nomenclatures that have grown up around the study of narrative in all of its guises.

Vemos que o interesse pelos estudos sobre narrativa crescem em diversas disciplinas, inclusive dentro do campo do Design, e assim como as disciplinas procuram se localizar dentro desse estudo, é preciso que o Design também defina seus conceitos, nomenclaturas para que os pesquisadores na área uniformizem o entendimento sobre o termo.

Assim, podemos concluir que os resultados tanto para a pesquisa sobre narrativa, quanto para a observação do termo infográfico, apontam para uma dificuldade em relacionar a literatura com o que está sendo publicado, pois a diversidade de termos e de conceitos encontrados dificultam a compreensão do tema ligado a área e, consequentemente, de criar uma uniformidade no pensamento dentro do campo.

Conclusões

Uma das primeiras observações do cenário observado é que o tema Infográficos vem ganhando espaço nas pesquisas dentro do campo do Design da Informação. Aos poucos, mais e mais trabalhos têm sido publicados sendo relacionados e pesquisados com temáticas diversas.

Com a observação da distribuição temática em que os Infográficos se relacionaram atualmente, foi possível observar que os artigos trataram as questões dos aspectos gráficos (não que esses não sejam importantes), porém não analisaram com mais atenção e foco como a narrativa é usada no infográfico para passar uma informação, ou mesmo, que questões sobre narrativa o designer deve observar, saber, pensar, para criar um infográfico.

O termo narrativa é muito amplo e faz parte de várias disciplinas, como já vimos, logo, independente do objeto, para fazer o uso desse termo dentro de alguma área, é preciso definir os parâmetros que guiarão as discussões. O que vemos no campo do Design é que não existe um consenso quanto ao que é uma narrativa aplicada ao infográfico. A uniformização do uso do termo facilitaria o entendimento deste e facilitaria, talvez, o entendimento do conceito de narrativa. Entender claramente o meio, como ele funciona, se há diferenças entre o infográfico impresso e digital, são questões que interferem diretamente no entendimento da narrativa.

Dessa forma, podemos dizer que são necessários ainda muitos estudos que aprofundem a questão da narrativa juntamente com o design da informação e os infográficos, porque não se tem uma definição clara sobre isso. Esses estudos também auxiliarão o Design a escolher uma área para se ancorar ou mesmo definir seus próprios parâmetros para o uso dos termos aqui analisados.

Referências

- AUMONT, J. & MARIE, M. 2003. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas, SP: Papirus.
- AUMONT, J. 2012. *A estética do filme*. 9. ed. Campinas, SP: Papirus.
- BAL, M. 1997. *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*. 2nd ed. University of Toronto Press Incorporated.
- GANCHÓ, C. V. 2006. *Como analisar narrativas*. 9. ed. São Paulo: Ática.
- GIANNELLA, J. R. & SOUZA, S. 2014. *Design e tratamento jornalístico na produção de infovis: apresentação de um modelo para análise de infográficos on-line*. InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design, São Paulo, v. 11, n. 3, 305-319.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. 2013. *Dicionário de semiótica*. [2. ed.]. São Paulo: Contexto.
- HERMAN, D.; JAHN, M. & RYAN, Marie-Laure (Ed.). 2005. *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London and New York: Routledge.
- LANKOW, J.; RITCHIE, J. & CROOKS, R. 2012. *Infographics The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- LAPOLLI, M.; VANZIN, T. & ULBRICHT, V. R. 2014. *Organização da informação em narrativas infográficas na web voltadas para o processo de ensino-aprendizagem*. InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design, São Paulo, v. 11, n. 1, 36-49.
- LUCAS, R. J. de L. 2011. *'Show, Don't Tell' a infografia como forma gráfico-visual específica: da construção do conceito à construção de sentido*. Tese (doutorado) - UFPE, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Recife.
- LIMA, R. 2009. *Análise da infografia jornalística*. 143 f. Dissertação (Mestrado em Design) – ESDI/UERJ, Rio de Janeiro.

- MORAES, A. 2014. *O visível e o invisível em infografia jornalística: Uma reflexão a partir da noção de esquema e representação em Gombrich*. In: Coutinho, Solange G.; Moura, Monica; Campello, Silvio Barreto; Cadena, Renata A.; Almeida, Swanne (orgs.). *Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC* [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.1]. São Paulo: Blucher.
- PRINCE, G. 1982. *Narratology: The form and Functioning of Narrative*. Janua Linguarum. Series Maior 108. Berlin.
- RAJAMANICKAM, V. 2005. *Infographics seminar handout*. Disponível em: <http://www.schrockguide.net/uploads/3/9/2/2/392267/infographic_handout.pdf> Acesso em: Nov. 2015.
- REIS, A. C. de S. & LOPES, A. C. M. 1988. *Dicionário de teoria da narrativa*. São Paulo: Ática.
- RIBAS, B. M. 2005. *Ser Infográfico - Apropriações e Limites do Conceito de Infografia no Campo do Jornalismo*. In: III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, 2005, Florianópolis - SC. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2005_ribas_sbpjor_florianopolis_serinfografico.pdf> Acesso em Nov. 2015.
- RINALDI, B. C. & Domiciano, C. L. C. 2015. *Infografia: tendências no design editorial a partir da revista Superinteressante*. In: C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). *Anais [Pôster] do 7o Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings [Poster] of the 7th Information Design International Conference | CIDI 2015* [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.2]. São Paulo: Blucher.
- TRASK, R. L. 2004. *Dicionário de linguagem e lingüística*. 2. ed. São Paulo: Contexto.

Referências da Revista InfoDesign e dos anais do CIDI

- Anais do 5º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings of the 5th Information Design International Conference | CIDI 2013*. Florianópolis: 2013. ISBN: 978-85-60166-44-2
- COUTINHO, S. G.; MOURA, M.; CAMPELLO, S. B.; CADENA, R. A.; ALMEIDA, S. (orgs.). *Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC* [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.1]. São Paulo: Blucher, 2014. ISSN 2318-6968, ISBN 978-85-212-0824-2 DOI <http://dx.doi.org/10.5151/designpro-CIDI-1>
- InfoDesign* | Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design São Paulo | v. 9 | n. 3 [2012] | ISSN 1808-5377
- InfoDesign* | Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design São Paulo | v. 10 | n. 3 [2013] | ISSN 1808-5377
- InfoDesign* | Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design São Paulo | v. 11 | n. 1 e n. 3 [2014] | ISSN 1808-5377
- InfoDesign* | Revista Brasileira de Design da Informação / Brazilian Journal of Information Design São Paulo | v. 12 | n. 1 [2015] | ISSN 1808-5377
- SPINILLO C. G.; FADEL L. M.; SOUTO V. T.; SILVA T. B. P. & CAMARA R. J. (Eds). *Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings of the 7th Information Design International Conference | CIDI 2015* [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.2]. São Paulo: Blucher, 2015. ISSN 2318-6968, ISBN: -DOI 10.5151/designpro-CIDI2015-73

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Rosângela Vieira; Doutoranda, UFPE, Brasil <rosangela.vieira.sou@gmail.com>

Paulo Cunha, Doutor, UFPE, Brasil <paulocunha@gmail.com>

Eva Rolim, Doutora, UFAL, Brasil <evarolim@gmail.com>

