

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Ângela da Rosa Prestes

A EVOLUÇÃO DA NARRATIVA VISUAL INFOGRÁFICA
DAS EDIÇÕES IMPRESSAS DA REVISTA
SUPERINTERESSANTE: UMA AMOSTRAGEM

Passo Fundo

2014

Ângela da Rosa Prestes

A EVOLUÇÃO DA NARRATIVA VISUAL INFOGRÁFICA
DAS EDIÇÕES IMPRESSAS DA REVISTA
SUPERINTERESSANTE: UMA AMOSTRAGEM

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Ms. Fábio Rockenbach.

Passo Fundo

2014

AGRADECIMENTOS

Aos meus professores, que contribuíram ao longo da minha formação na faculdade. Ao orientador Fábio Rockembach, que me auxiliou na execução deste trabalho e que me mostrou o quão incrível pode ser a infografia. Ao sempre presente, Ezequiel Parnoff, por ser um companheiro de todas as horas. E, por fim, aos meus pais, Sílvia e David, sem eles a faculdade de jornalismo não seria uma realidade.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem por objetivo compreender a evolução da narrativa visual infográfica das edições impressas da revista *Superinteressante*. Tal investigação divide-se em duas etapas: na primeira, uma revisão bibliográfica resgata a história dos infográficos, como eles surgiram e se incorporaram à imprensa, e busca saber como os principais autores na área da infografia categorizam o material infográfico. Na segunda parte, é realizada uma análise de conteúdo de oito edições da revista *Superinteressante*. A análise permite entender que os infográficos foram ganhando cada vez mais espaço na revista, passando de complementações no momento de informar para produtos jornalísticos isolados, capazes de sustentar a informação sem o auxílio de uma matéria. O material infográfico da revista evoluiu esteticamente acompanhando as tendências de cada época e a evolução dos computadores, assim como o texto, que passou a ser mais descontraído e com uma linguagem mais próxima ao leitor.

Palavras-chave: 1. Infografia; 2. Evolução; 3. Jornalismo; 4. Superinteressante; 5. Infográfico.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Código de Hamurabi, considerado um dos primeiros infográficos criados.....	11
Figura 2: O primeiro mapa que se tem registro foi criado no Iraque.	12
Figura 3: Gráficos criados por Nicholas Oresme	13
Figura 4: Ilustração, criada por Leonardo da Vinci, mostra como se desenvolvem os embriões.	14
Figura 5: Um dos gráficos publicados por William Playfair.....	15
Figura 6: Atlas físico com a distribuição de plantas, animais, clima, etc. , um dos mais extensivos e detalhados atlas temáticos. Inclui tabelas e gráficos ilustrados.....	15
Figura 7: O mapa da cólera, produzido por John Snow.	16
Figura 8: Mapa publicado no Jornal Daily Courant, em 1702.	18
Figura 9: Primeiro mapa oficial publicado em um jornal diário, em 1740.	18
Figura 10: Join or Die, ilustração publicada em 1754.....	19
Figura 11: Infográfico publicado na primeira página do The Times, periódico de Londres, é considerado por muitos autores um dos primeiros infográficos da imprensa.	20
Figura 12: Jornal Americano <i>USA Today</i> , o primeiro a inovar totalmente seu projeto gráfico em prol da visualização da informação.	21
Figura 13: Publicado em 18 de agosto de 1909, no O Estado de São Paulo.	24
Figura 14: Tabela publicada na Revista Veja em 6 de dezembro de 2006, acompanhando uma reportagem.....	26
Figura 15: Sem a ilustração a tabela não foi prejudicada.....	27
Figura 16: Criados pelo <i>USA Today</i> , os <i>snapshots</i> tem o objetivo de passar a informação de uma forma rápida e atrativa.	28
Figura 17: Organograma feito por Tattiana Teixeira, dividindo os tipos de infográficos.....	29
Figura 18: A primeira edição da <i>Superinteressante</i> ainda não tinha como principal atrativo os infográficos. O único encontrado na revista possui um texto simples e enxuto.....	35
Figura 19: Na edição de 1991, os infográficos passam a contar com título e um texto mais desenvolvido.	36
Figura 20: Textos em blocos, ligados uns aos outros são comuns na edição de março de 1995.....	37
Figura 21: O acréscimo de mais elementos, como o chapéu e a assinatura foram as principais evoluções textuais da edição de 1999.....	38
Figura 22: A edição de dezembro de 2007 traz um texto mais descontraído e blocos que se conectam e se complementam.....	39
Figura 23: Ilustrações são a base para a produção dos infográficos da edição de junho de 1991.....	41
Figura 24: O uso de fotografias, associado à ilustrações mais bem desenvolvidas fizeram com que os infográficos da revista avançassem esteticamente.	42
Figura 25: Recorte de um infográfico de 2 páginas sobre as sacolas plásticas mostra a utilização dos ícones na revista no ano de 2007.....	42
Figura 26: A editoria Banco de Dados é um exemplo do aumento dos gráficos e do uso de números nos infográficos da edição de fevereiro de 2011.....	43
Figura 27: Número de infográficos publicados na revista <i>Superinteressante</i>	45
Figura 28: O gráfico demonstra a porcentagem das páginas informativas da revista ocupada por infográficos em cada edição analisada.	46
Figura 29: Não foi possível categorizar o infográfico publicado em maio de 1999, por não se encaixar em nenhuma das categorizações criadas pela autora Tattiana Teixeira.	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Resumo da evolução no texto dos infográficos.....	40
Tabela 2: Resumo da evolução nas imagens utilizadas nos infográficos.....	44
Tabela 3: Números de páginas por edição, com e sem os anúncios publicitários e o número de páginas com infográficos.....	46
Tabela 4: Categorização dos infográficos da revista <i>Superinteressante</i>	47

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	HISTÓRIA E EVOLUÇÃO DA INFOGRAFIA.....	10
2.1	Infografia de imprensa.....	17
2.2	Infografia de imprensa no Brasil	23
3	CATEGORIZAÇÃO DE INFOGRÁFICOS	26
4	METODOLOGIA E ANÁLISE	31
4.1	A Revista Superinteressante	31
4.2	Variáveis.....	32
4.3	Análise	34
4.3.1	Na perspectiva do texto	34
4.3.2	Na perspectiva da imagem	40
4.3.3	A infografia na Super, falando em números	44
4.3.4	Os infográficos da Super: uma categorização	47
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

1 INTRODUÇÃO

Visualização da informação é hoje um termo presente no meio jornalístico. Ler um jornal já não significa passar os olhos por infindáveis blocos de textos, cansativos e pouco atrativos. O que no passado era incomum, hoje se torna uma regra: um veículo de comunicação precisa oferecer ao seu leitor a informação de uma forma prazerosa, divertida, instintiva e visual. A ampliação das potencialidades tecnológicas nos leva a uma situação em que a constante atualização por parte dos leitores e o mundo que vivem - repleto de informação - faz com que sejam oferecidos materiais mais complexos visualmente. Foi a união entre design e jornalismo que fez surgir um produto que atenda a essas necessidades: a infografia.

Desde os primórdios da civilização, o homem se comunicou visualmente. Por meio de pinturas em cavernas, de desenhos que representavam suas vivências, ele utilizou a imagem para se expressar. A infografia, que nada mais é do que comunicar utilizando a junção de imagens e palavras, é um recurso considerado antigo, mas que só ganhou força nos meios de comunicação pouco tempo atrás. Desde os primeiros mapas e gráficos desenhados à mão até os modernos *softwares* de computadores, o objetivo é facilitar a visualização daquilo que, em um texto, pode não ser facilmente perceptível. Em um infográfico, o leitor é capaz de interagir com as informações, deter-se naquilo que considerou mais interessante, escolher por onde começar a ler, parar e apreciar uma bela ilustração. É como se participasse da construção daquilo que lê.

O presente trabalho pretende compreender a evolução da narrativa visual infográfica das edições impressas da revista *Superinteressante*. Essa publicação, com mais de 25 anos de existência, é uma das mais importantes do país em termos de infografia, tendo ganhado vários prêmios nacionais e internacionais, como o Malofiej¹ de infografia (Espanha), o SPD de design editorial (EUA) e o Esso de jornalismo (Brasil). A escolha do presente objeto, portanto, justifica-se por ser um dos veículos comunicacionais brasileiros mais avançados no tema, com uma periodicidade mensal e uma série de publicações dela derivadas que notoriamente fazem uso da infografia no percurso informativo.

Apesar do crescente interesse que a área tem despertado, é escassa a bibliografia específica dedicada ao tema, o que contribui para que o estado da arte da área esteja, ainda, sendo construído na língua portuguesa. As traduções das obras de interesse para o tema,

¹ O mais importante prêmio da área de infografia, criado em 1993, por dois professores da Universidade de Navarra, em parceria com o capítulo espanhol da SND. A premiação acontece todos os anos desde então.

escritas no exterior, constituem em poucos títulos lançados no Brasil. Portanto, alguns nomes se destacam: Alberto Cairo, Mário Kanno, Tattiana Teixeira e Ary Moraes são alguns dos estudiosos que precisam ser considerados quando o assunto é infografia. Esses são alguns dos principais autores utilizados no desenvolvimento desta análise, além de artigos acadêmicos já produzidos sobre o assunto.

Para alcançar o objetivo proposto, o presente trabalho organiza-se da seguinte forma: no capítulo 2, uma revisão bibliográfica busca recuperar a história da infografia e sua incorporação à rotina produtiva jornalística como objeto de construção da informação. O resgate contempla desde os seus primórdios, até o surgimento dos programas de computadores que elevaram não apenas os infográficos, mas toda a organização gráfica das revistas e jornais impressos a outro patamar. A história da infografia como um todo, como ela se incorporou à imprensa e como se deu o processo evolutivo da inserção dela no Brasil são alguns dos assuntos abordados nesta etapa do trabalho.

No terceiro capítulo, a revisão busca, por fim, compreender de que forma diferentes autores que já trabalharam com o tema categorizam os infográficos. Cada autor coloca uma posição diferente em relação à categorização, alguns se detêm no conteúdo, outros na estrutura.

Já no quarto capítulo, é apresentada a metodologia utilizada para a análise, as variáveis aplicadas em cada situação e a revista *Superinteressante*, objeto deste trabalho. Além disso, contempla uma análise de conteúdo dos infográficos impressos da revista *Superinteressante*, a partir dos conhecimentos gerados no início deste trabalho monográfico. Para a análise foi considerada a quantidade de infográficos nas edições analisadas da revista desde o seu início, em 1987, e como o uso cada vez mais constante desse recurso transformou a publicação em uma referência na área e facilitou com que os temas abordados por ela, como ciência, história e curiosidades, fossem melhor compreendidos pelos seus leitores. Sendo assim, a análise parte da primeira edição – em 1987 – e segue sucessivamente de 4 em 4 anos, apreciando uma edição de 1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 e, para contextualizar a realidade atual da revista, uma edição de 2014. São investigadas, também, a evolução do texto e da imagem nos infográficos, e, por fim, o material é categorizado de acordo com a autora Tattiana Teixeira.

2 HISTÓRIA E EVOLUÇÃO DA INFOGRAFIA

Quando se pensa em infográfico, é comum associar o termo a elaborados trabalhos produzidos em sofisticados *softwares* de computadores. Mas, não é possível estudar sobre história e evolução infográfica sem citar suas origens mais remotas. Existe uma discrepância de ideias dos pesquisadores da área quanto à data e circunstância em que surgiram os primeiros infográficos. Para Moraes (2013, p. 23) a infografia existe a partir do momento em que foi designada para cumprir a referida finalidade de esclarecer e nomeada para tal. Porém, antes de começar a se pensar em jornalismo visual ou até mesmo no próprio jornalismo, os primórdios da infografia² começavam a ser traçados. O homem pensava visualmente e se comunicava por meio de recursos visuais desde os tempos das cavernas. “O humano que descobriu o traço iniciou uma forma de cultura que hoje chamamos de artes gráficas.” (DE PABLOS, 1998)³. As pinturas rupestres representavam uma forma de expressão gráfica por meio de desenhos que demonstravam o que o homem vivia no seu dia a dia. “Se pretendiam contar uma história não se sabe, mas algumas pinturas sobreviveram. Os petróglifos, símbolos esculpidos em rocha, são reconhecidos como evidência de uma forma de linguagem gráfica em sociedades primitivas.” (KANNO, 2013, p. 12). Dos simples desenhos que representavam animais, as estações e a vida cotidiana, o homem primitivo começou a dar surgimento ao que, mais tarde, viria a ser a escrita.

Nos primórdios, a utilização do desenho era predominante, sem a presença do texto, seguido pelas primeiras manifestações de escrita. Ao fundir-se com as imagens, o efeito pôde ser visto em vasos egípcios ou no ideograma chinês, alfabeto hieróglifo e xilogramas. (CORDEIRO, 2013, p. 51)

² Segundo Cairo, “Visualização é aquela tecnologia plural (isto é, disciplina) que consiste em transformar dados em informação semântica – ou em criar as ferramentas para que qualquer pessoa complete por si mesma o processo – por meio de uma sintaxe de fronteiras imprecisas e em constante evolução baseada na conjugação de signos de natureza icônica (figurativos) com outros de natureza arbitrária e abstrata (não figurativos: textos, estatísticas, etc.). A visualização consiste no uso de representações gráficas para ampliar a cognição; dessa forma, os termos visualização e infografia dão nome a uma única disciplina.” Tradução nossa. No original: “Visualización es aquella tecnología plural (esto es, disciplina) que consiste en transformar datos en información semántica —o en crear las herramientas para que cualquier persona complete por sí sola dicho proceso— por medio de una sintaxis de fronteras imprecisas y en constante evolución basada en la conjunción de signos de naturaleza icónica (figurativos) con otros de naturaleza arbitraria y abstracta (no figurativos: textos, estadísticas, etc.). La visualización consiste en el uso de representaciones gráficas para ampliar la cognición; de esa forma, los términos visualización e infografía dan nombre a una única disciplina.” (CAIRO, 2011, p. 33)

³ Tradução nossa. No original: “El humano que descubrió el trazo inició una forma de cultura que hoy todavía llamamos artes gráficas”.

A união desses dois elementos – a escrita e o desenho – não fez com que um eliminasse o outro, mas que os dois formassem uma reprodução mais precisa do que se pretendia comunicar, segundo De Pablos (1998), alcançando o entendimento tanto daqueles que decodificavam os signos da escrita, quanto daqueles que apenas compreendiam os desenhos.

Deste modo, a liturgia daquela primeira escrita se viu complementada e sublinhada com desenhos conectados entre si, para que a informação pudesse ser interpretada pelos mais cultos, com acesso aos signos da mensagem e por quem se encontrava na etapa cultural e historicamente anterior, que era somente do desenho. (DE PABLOS, 1998)⁴

Um dos exemplos citados pelo autor é o código de Hamurabi (Figura 1). O objeto, que faz parte do acervo do Museu do Louvre, em Paris, é esculpido em pedra negra e tem 2,25 metros de altura e 1,60 metros de circunferência.

Figura 1: Código de Hamurabi, considerado um dos primeiros infográficos criados.



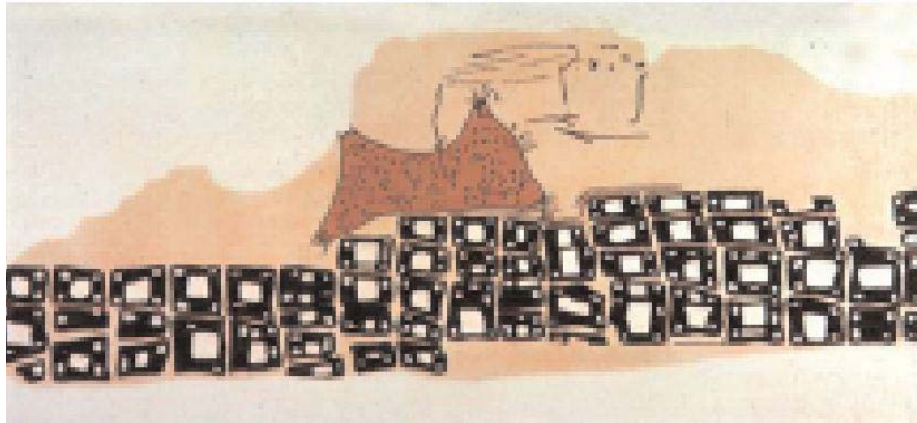
Fonte: Google Imagens. Acesso em: 25 ago. 2014.

Segundo Neves (2008, p. 110), toda a superfície está coberta de texto cuneiforme e no topo, em alto-relevo, pode-se ver Hamurabi, também chamado de Khamu-Rabi, em atitude de inspiração, aprendendo as leis da equidade, grafadas na parte inferior da pedra. O objeto é

⁴ Tradução nossa. No original: “De ese modo, la liturgia de aquella escritura primera se vio complementada y subrayada con dibujos conectados entre sí, para que la información pudiera ser interpretada por los más cultos con acceso a los signos del mensaje y por quienes todavía se encontraban en la etapa cultural e históricamente anterior, cual era la del sólo dibujo.”

citado por De Pablos como uma das primeiras infografias criadas. “O que é se não uma infografia sobre um suporte [...] que mostra imagens do rei babilônio e um texto que acaba de explicar o significado da figura e fala sobre justiça e liberdade?” (DE PABLOS, 1998)⁵.

Figura 2: O primeiro mapa que se tem registro foi criado no Iraque.



Fonte: KANNO, Mário. Marcos na História da Visualização de Dados. Disponível em <http://euclid.psych.yorku.ca/SCS/Gallery/milestone/historia_infografia.pdf>. Acesso em: 13 set. 2013.

Os mapas foram os recursos que deram continuidade a junção de imagem e texto para comunicar. Numa época onde a tecnologia não existia, era de extrema importância para os povos primitivos saber se localizar geograficamente. O primeiro mapa, segundo Kanno (2013 p. 38), foi uma gravura em rocha, encontrada perto de Kirkuk no Iraque (Figura 2). “É um dos primeiros registros conhecidos no qual o homem não apenas grafa um símbolo, mas transforma dados geográficos em informação visual, sinalizando casas e ruas.” (KANNO, 2013 p. 38). Já o registro da criação do primeiro mapa-múndi vem muito tempo depois. “Ele teria sido feito pelo grego Anaximandro de Mileto (610 a.C.-546 a.C.) e representava a Terra no formato de uma pizza, com oceanos em suas bordas, mas mostrando apenas as partes então conhecidas da Europa, África e Ásia.” (KANNO, 2013 p. 40). Ainda na cartografia, uma das criações mais importantes foi a do matemático e geógrafo Gerardus Mercator (1512-1594). Segundo Kanno, ele criou um mapa-múndi em projeção cilíndrica.

⁵ Tradução nossa. No original: “¿Qué otra cosa es sino una infografía sobre un soporte [...] que muestran imágenes del rey babilonio y un texto que acaba de explicar el significado de tal figura y habla de justicia y libertad?”

Esse sistema permite que os dados da esfera terrestre possam ser representados em um mapa plano. Embora criando distorções visuais (a Groenlândia parece maior do que a América do Sul, por exemplo) seu trabalho é um marco na representação geográfica da Terra. Rumold Mercator (1545-1599), filho de Gerardus, continuou o trabalho e publicou o mapa-múndi em 1595, um ano após a morte do pai. (KANNO, 2013, p. 40).

Dentro desse período, ainda foram registradas importantes evoluções nos gráficos. Segundo Moraes, foi Nicholas Oresme quem construiu, ainda no século XIV, um modelo de representação baseado em dois eixos ortogonais (Figura 3). “O eixo horizontal registra determinados períodos de tempo. Nele são dispostas colunas cujas alturas (o eixo vertical) indicam a intensidade ou concentração de um determinado elemento nos períodos registrados.” (MORAES, 2013, p. 24). Enfim, a junção de ilustrações e textos explicativos, criados pelo italiano Leonardo da Vinci (1452-1519) foi outro marco na história da infografia dessa época (Figura 4). “Todo seu trabalho era transposto em ilustrações detalhadas que retratavam a anatomia, as máquinas e os movimentos, criando uma linguagem que associava texto e imagem.” (KANNO, 2013, p. 41).

Figura 3: Gráficos criados por Nicholas Oresme



Fonte: Google Imagens. Acesso em: 2 de set. 2014.

Figura 4: Ilustração, criada no século XVI por Leonardo da Vinci, mostra como se desenvolvem os embriões.

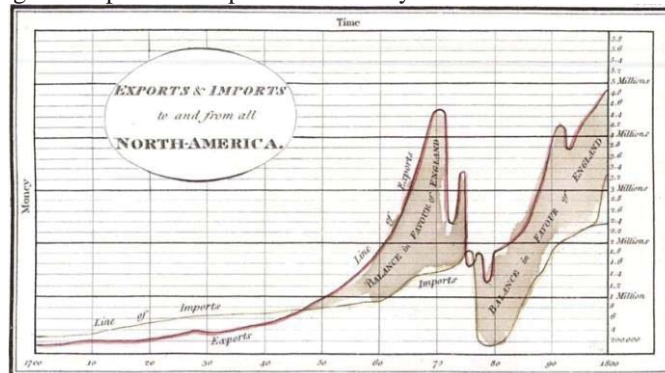


Fonte: Google Imagens. Acesso em: 2 de set. 2014.

O período entre 1600 e 1699 foi o das medições. Nesse século, segundo Kanno (2008), os maiores problemas se referiam a medição física – do tempo, distância e espaço - para astronomia, navegação e expansão territorial. “Avançam as estimativas, as probabilidades, a demografia e todo o campo de estatísticas. No fim do século os elementos para iniciar um pensamento visual estão prontos.” (KANNO, 2008).

No século seguinte, foram sistematizados os gráficos estatísticos, hoje tão comuns. O nome mais lembrado pelos pesquisadores é do engenheiro e matemático escocês William Playfair (1759-1823). Segundo Cairo, Playfair utilizou algo totalmente inovador para a época. “Ele publicou dois livros no final do século XVIII, em que, pela primeira vez, foram utilizados de um jeito sistemático os gráficos estatísticos.” (CAIRO, 2014, cap.1). Um deles, *The commercial & Political Atlas*, publicado em 1786, trazia 44 gráficos, muitos de linhas ou de barras (Figura 5).

Figura 5: Um dos gráficos publicados por William Playfair.

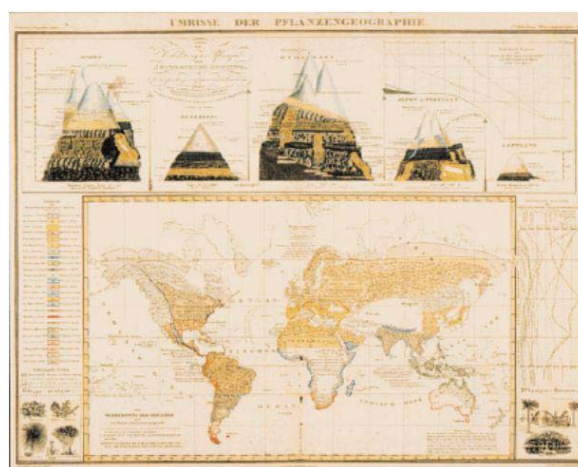


Fonte: Google Imagens. Acesso em: 2 set. 2014.

Para Kanno, o início da infografia moderna, entre 1800 e 1849, foi de aperfeiçoamento e evolução daquilo que já havia sido concebido anteriormente, principalmente no que se refere aos mapas, que evoluíram ao que ainda é utilizado atualmente.

Além de consolidar definitivamente as bases da moderna infografia, no início do século 19 um grande número de publicações científicas começou a utilizar gráficos e diagramas para descrever fenômenos naturais. Em seus estudos sobre o eletromagnetismo, por exemplo, o inglês Michael Faraday (1791-1867) usa um diagrama simples composto de linhas e setas para descrever a trajetória de campos magnéticos, um modelo de simplicidade e eficiência na concepção de informação visual. (KANNO, 2013, p. 44).

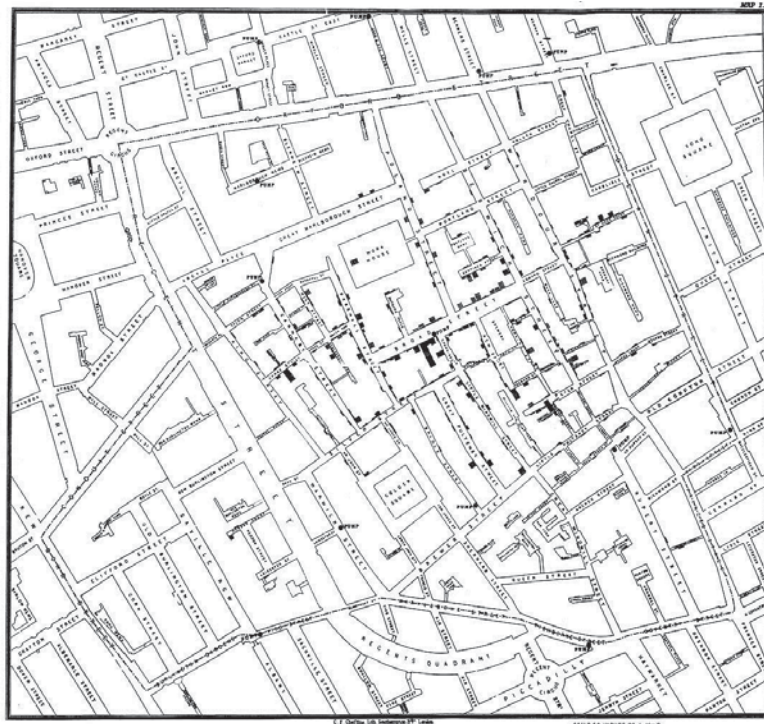
Figura 6: Atlas físico com a distribuição de plantas, animais, clima, etc. , um dos mais extensivos e detalhados atlas temáticos. Inclui tabelas e gráficos ilustrados.



Fonte: KANNO, Mário. Marcos na História da Visualização de Dados. Disponível em <http://euclid.psych.yorku.ca/SCS/Gallery/milestone/historia_infografia.pdf>. Acesso em: 13 set. 2013.

Kanno classifica a época de 1850 a 1900 como a era de ouro das estatísticas. “Escritórios de análise se espalhavam pela Europa com o aumento da importância das informações numéricas para planejamento social, indústria, comércio e transportes.” (KANNO, 2008). Uma figura importante para a infografia – também dessa época, de acordo com Cairo (2014, cap.1), é o médico John Snow (1813-1858). Ele criou um gráfico (Figura 7), no ano de 1854, mapeando casos de cólera em Londres. Possibilitando, através de um padrão de concentração da doença em certos pontos da cidade, que fosse descoberta como se dá a transmissão da cólera. Antes disso, acreditava-se que a doença era causada por respirar ar contaminado. Kanno cita a inglesa Florence Nightingale (1820-1910) e o francês Charles Minard (1781-1870) como importantes figuras no desenvolvimento da visualização da informação nessa época. Este último tendo criado, segundo muitos pesquisadores, o melhor gráfico já produzido.

Figura 7: O mapa da cólera, produzido por John Snow.



Fonte: Google Imagens. Acesso em: 1 set. 2014.

Mas por que, apesar de uma visível evolução na área, o infográfico propriamente dito e assim denominado, ainda não havia sido inventado? Cairo (2011, p. 37) explica que, apesar de todos os seus componentes terem tido uma sólida tradição antes do último terço do século XX, a soma dessas tecnologias preexistentes não garantiu o nascimento de nenhuma inovação.

A ilustração científica se remonta a Leonardo da Vinci, como mínimo; o jornalismo começou no século XVII; tanto a cartografia como a estatística foram definidas entre os séculos XVIII e XIX; o design gráfico é um produto do século XIX. Por que, então, não existiu ninguém que denominasse a si mesmo visualizador, desenhista da informação ou infografista antes dos anos 80 do século passado? (CAIRO, 2011, p. 37)⁶

Para o autor, era preciso um catalizador, que, nesse caso, foram dois: a teoria da informação e a união do jornalismo com os descobrimentos da psicologia cognitiva. “A visualização moderna é o resultado de passar a representação gráfica clássica (cartográfica, estatística, ilustrada) pelo filtro sistematizador da Psicologia da percepção, da ação e da memória.” (CAIRO, 2011, p. 38)⁷.

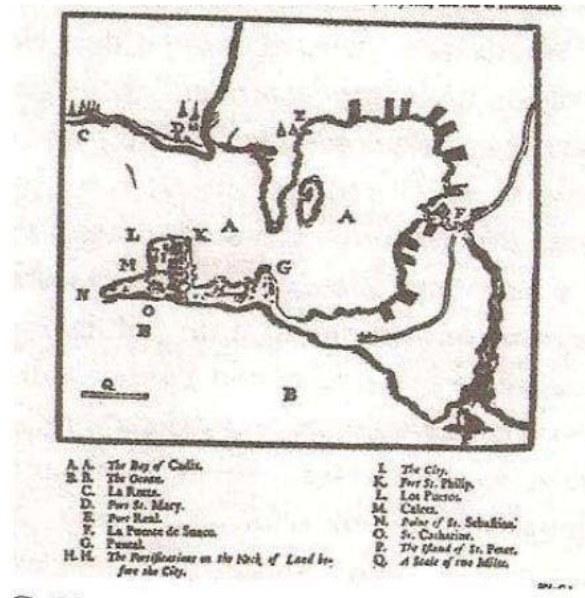
2.1 Infografia de imprensa

Mapas, tabelas, gráficos e outros recursos visuais já eram utilizados, como citado anteriormente, como instrumentos de comunicação há séculos. Porém, tais recursos demoraram algum tempo para entrar no meio jornalístico e se fazer perceber como importantes formas de comunicar. O primeiro registro de um infográfico publicado em um jornal, segundo Cordeiro, é de 1702, no *Daily Courant* (Figura 8). “O mapa publicado [...] apresenta a estratégia de invasão da baía de Cádiz por parte das tropas britânicas.” (CORDEIRO, 2013, p. 53). Na época, não foi tratado como infografia, mas sim como *Pictorial Journalism*, que significava a utilização do desenho para ilustrar uma notícia.

⁶ Tradução nossa. No original: La ilustración científica se remonta a Leonardo da Vinci, como mínimo; el periodismo comenzó en el siglo XVII; tanto la cartografía como la estadística fueron definidas entre los siglos XVIII y XIX; el diseño gráfico es un producto del XIX. ¿Por qué entonces no existió nadie que se denominase a sí mismo visualizador, diseñador de información o infografista antes de los años 80 del pasado siglo?

⁷ Tradução nossa. No original: “La visualización moderna es el resultado de pasar la representación gráfica clásica (cartográfica, estadística, ilustrada) por el filtro sistematizador de la Psicología de la percepción, de la acción y de la memoria.”

Figura 8: Mapa publicado no Jornal *Daily Courant*, em 1702.



Fonte: CORDEIRO, William R. *Infografia interativa na redação: o exemplo do Diário do Nordeste*. Mossoró, RN: Sarau das Letras, 2013.

Cerca de 40 anos mais tarde, em 1740, encontra-se um outro registro da presença de infografia em um jornal (Figura 9). O *Daily Post* publicou o primeiro mapa oficial veiculado em jornal diário no dia 29 de março, em Londres. “Ele retratava o ataque do Almirante inglês Vernon à cidade espanhola de Portobelo, no Caribe, durante uma incursão inglesa contra o tráfico de ouro espanhol.” (CORDEIRO, 2013, p. 54)

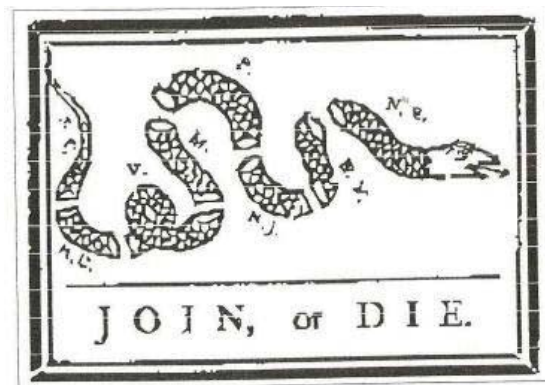
Figura 9: Primeiro mapa oficial publicado em um jornal diário, em 1740.



Fonte: CORDEIRO, William R. *Infografia interativa na redação: o exemplo do Diário do Nordeste*. Mossoró, RN: Sarau das Letras, 2013.

Cordeiro também cita o infográfico *Join or Die* (Figura 10), publicado em 9 de maio de 1754, no *The Pennsylvania Gazette*. “Alguns estudiosos defendem que a primeira ilustração da imprensa diária se tratava da figura de uma serpente partida em oito pedaços, referindo-se aos primeiros estados americanos.” (CORDEIRO, 2013, p. 54)

Figura 10: Join or Die, ilustração publicada em 1754.



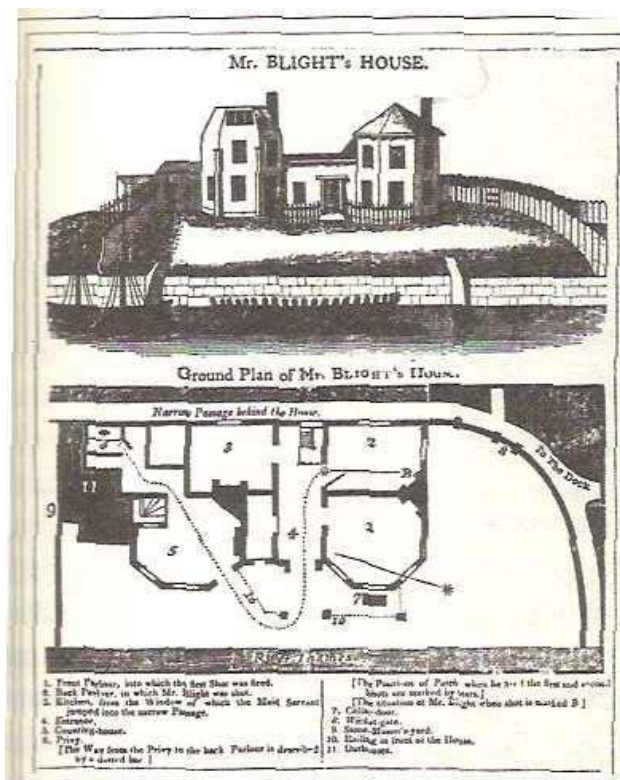
Fonte: CORDEIRO, William R. *Infografia interativa na redação: o exemplo do Diário do Nordeste*. Mossoró, RN: Sarau das Letras, 2013.

Teixeira (2010, p. 16) cita também a publicação, em 20 de abril de 1801, de um infográfico no periódico *The Times*, que pretendia explicar o esquema de uma batalha naval entre a Inglaterra e a Dinamarca. “Longe dos modelos mais contemporâneos de infografia, este diagrama, a seu modo, explica a estratégia adotada que levou à vitória britânica.” (TEIXEIRA, 2010, p. 16). Outros autores consideram o infográfico produzido também pelo *The Times*, como um dos primeiros a aparecer na imprensa mundial (Figura 11). *Mr. Blight’s House* foi o título dado à visualização veiculada em 07 de abril de 1806, que descrevia o assassinato de Isaac Blight. Cairo o descreve como “um completo e bem desenhado diagrama narrando um assassinato”, indicando como acontecia parte do processo de produção no século XIX:

Ilustradores tinham uma formação artística ampla, mas conhecimentos jornalísticos limitados. Os *standarts* que aplicavam a seus trabalhos não eram os de um repórter, senão os de um artista. As cenas não tinham que corresponder exatamente com o que haviam visto, senão que deviam dramatizar os eventos, fazê-los mais atrativos, de tal forma que o produto final fosse um “gancho” para os leitores. (CAIRO, 2008 apud CORDEIRO, 2013, p. 55)

O jornal *The Times* teve um importante papel nas mudanças pelas quais passaram os periódicos da época. Para Cordeiro, além da mecanização da imprensa, cujo marco foi a adoção da impressão a vapor por este jornal, “a introdução do telégrafo na produção jornalística na década de 1830 e o advento da fotografia nos jornais, por volta de 1880” (CORDEIRO, 2013, p. 28) representaram a atualização da mídia no contexto da Revolução Industrial. O advento da impressora a vapor possibilitou o aumento na tiragem das edições. E a fotografia, por sua vez, mudou a forma de informar. “A fotografia permitiu ampliar o campo de visão do homem comum e liberar a ilustração presente nos jornais e revistas da tarefa de representar a aparência da realidade”. (CORDEIRO, 2013, p. 29).

Figura 11: Infográfico publicado na primeira página do *The Times*, periódico de Londres, é considerado por muitos autores um dos primeiros infográficos da imprensa.

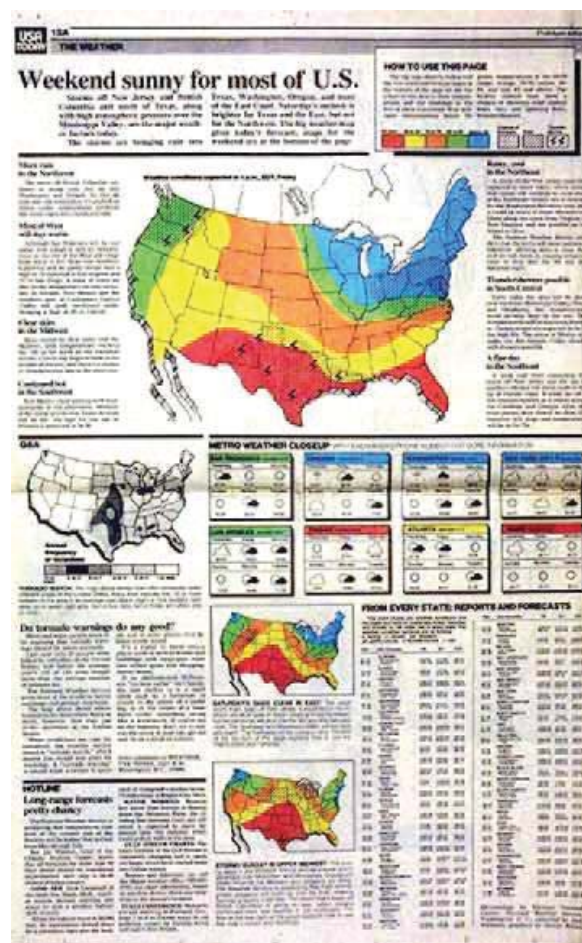


Fonte: Google Imagens. Acesso em: 8 set. 2014.

Apesar de existirem muitas referências indicando a produção de infográficos anterior à década de 1980, a mudança proporcionada pelo uso dos computadores nas redações faz com que essa década possa ser considerada a era de ouro da infografia. Com o advento do computador pessoal, o conceito de um jornal cada vez mais visual se popularizou. É constantemente citada entre os pesquisadores da área a importância do jornal norte-americano

USA Today como precursor de um novo contexto para a infografia e a melhoria da visualização dos jornais como um todo (Figura 12). Criado em 15 de setembro de 1982, o periódico inovou com uma proposta editorial baseada em textos curtos, cores, mapas, gráficos e infográficos. “Colorido e repleto de imagens, o *USA Today* contrastava com o cinza então característico de seus pares, um símbolo da sobriedade inerente ao papel cívico dos jornais”. (CORDEIRO, 2013, p. 31)

Figura 12: Jornal Americano *USA Today*, o primeiro a inovar totalmente seu projeto gráfico em prol da visualização da informação.



KANNO, Mário. *Infografe*. São Paulo: Infolide, 2013.

O estilo criado pelo *The Times* começou a ganhar força nos Estados Unidos, mais tarde na Espanha e em outros países, e a se perpetuar no meio editorial. Nessa época, em 1991, a cobertura da Guerra do Golfo é apontada como uma impulsionadora da infografia. Assim como em algumas guerras acontecidas anteriormente, como a Primeira ou a Segunda Guerra Mundial, a censura obrigava os jornais da época a trocarem as fotografias por ilustrações para representar o conflito.

No caso da Guerra do Golfo, havia uma censura grande e a dificuldade para obter imagens (fotos) do conflito em si, em terra, era um desafio para os jornais que ofereciam regularmente informação gráfica de qualidade para os seus leitores. Algo semelhante, mas por motivos distintos, havia acontecido na cobertura da Guerra das Malvinas, em 1982. Nove anos depois, os jornalistas contavam com poucas alternativas e isto incentivou a produção regular de infográficos. (TEIXEIRA, 2010, p. 22)

Depois de entrar nas reformas gráficas dos jornais, a infografia tornou-se um elemento importante e presente. Moraes (2013, p. 32) cita alguns nomes que se tornaram, à época, referências no meio. Nos Estados Unidos, Jeff Goertzen e Nigel Holmes, que produzia material para a *Time* - revista cuja produção infográfica já era notável -, são alguns dos profissionais lembrados pelo autor no desenvolvimento da infografia norte-americana. Outra publicação importante no país foi a *National Geographic Magazine*, cujos mapas tiveram bastante destaque. O pesquisador lembra também os profissionais que se faziam notar na produção infográfica espanhola:

Quando atingiu a Espanha (1988), a infografia ganhou novas referências e tendências. A primeira delas foi o trabalho de Mario Tascón para o diário *El Mundo*. [...] A segunda referência espanhola foi o trabalho de Jaime Serra, publicado pelo jornal argentino *Clarín*. [...] Dando continuidade à abertura proposta por Serra, Fernando G. Baptista e Javier Zarracina desenvolveram um estilo que combinava desenhos à mão livre de alta qualidade com gráficos vetoriais. (MORAES, 2013, p. 32)

A infografia espanhola avançou a tal ponto que ditou tendências pelo mundo todo. Foi então que, no começo do século XXI, o *New York Times* voltou à cena, com produções bastante elaboradas. “Primavam por um cuidadoso trabalho de apuração aliado a imagens bem elaboradas e sem excessos, fossem elas produzidas à mão livre ou em softwares de ilustração ou modelagem.” (MORAES, 2013, p. 36).

A história da infografia, como citado anteriormente nesse trabalho, é muito ampla, fundamentada na pré-história e desenvolvida ao longo dos anos. Depois de alcançar o meio jornalístico, ela é voltada exclusivamente aos veículos impressos. Com o desenvolvimento da tecnologia e a popularização da internet, ela toma um rumo ainda mais amplo. A infografia ganhou infinitas possibilidades, sem limite de espaço ou de interação, os jornais aproximaram ainda mais o leitor das produções, tornando-o um coautor do infográfico. Com o advento dos *smartphones*, *tablets* e *ipads*, algumas empresas começaram a perceber mais uma

oportunidade de inserção. Versões compatíveis ou desenvolvidas especificamente para o meio já são comuns em inúmeros veículos de comunicação.

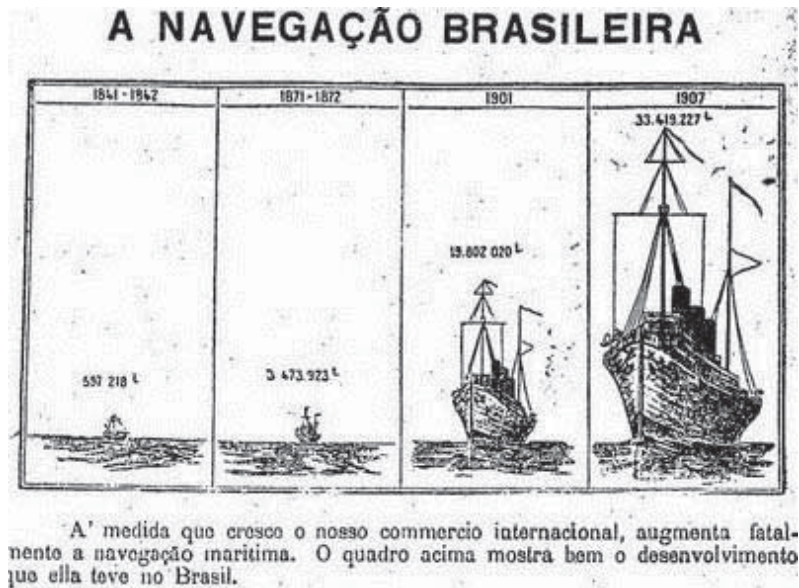
2.2 Infografia de imprensa no Brasil

Assim como nos outros países, foi na década de 1980 que a infografia passou a ganhar espaço nas revistas e jornais brasileiros. Porém, antes disso já eram possíveis de ser identificadas algumas produções na área. Timidamente, algum tempo depois dos precursores, como Estados Unidos e Espanha, os periódicos brasileiros passam a utilizar esse recurso com os mesmos objetivos dos jornais estrangeiros.

As primeiras manifestações de infográficos jornalísticos no Brasil possivelmente tiveram os mesmos objetivos – supostamente descrever espaços geográficos ou instalações – e a mesma tecnologia empregada para a publicação de imagens na produção de jornais ou revistas no exterior: a associação de técnicas de litografia e xilografia à tecnologia empregada na tipografia. (MORAES, 2013, p. 39)

Angelo Agostini, do jornal *A Vida Fluminense* e Henrique Fleiuss, da *Semana Ilustrada*, foram alguns dos nomes importantes para o desenvolvimento de ilustrações para os jornais, enquanto os mapas e gráficos andaram mais lentamente. Assim como as guerras possibilitaram o desenvolvimento das produções nos Estados Unidos, no Brasil a guerra com o Paraguai (1864–1870) possibilitou a criação de infográficos, simples, mas que correspondem aos primeiros trabalhos ilustrados - que pretendiam informar - da imprensa no país. Alguns autores, assim como Teixeira (2010, p. 24) citam o infográfico publicado em *O Estado de São Paulo* (Figura 13) como “uma das primeiras manifestações do uso de recursos gráficos precursores da infografia” (TEIXEIRA, 2010, p.24), publicado em 1909.

Figura 13: Publicado em 18 de agosto de 1909, no O Estado de São Paulo.



Fonte: TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e Jornalismo: Conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.

De acordo com Moraes (2013, p. 45), com a cobertura feita pelos jornais da Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945), os mapas ganharam destaque como parte do repertório gráfico da imprensa brasileira. Na segunda metade do século, a popularização cada vez maior do futebol impulsionou projetos gráficos específicos e estimulou as publicações de gráficos para atrair os leitores, como a reprodução passo a passo de jogadas ou gols. Assim como a reprodução de acidentes. “Mapas, plantas, gráficos numéricos e reconstituições formavam o acervo de recursos gráficos informativos em voga na imprensa brasileira nos anos 1980. [...] Todos, no entanto, eram considerados ‘arte’.” (MORAES, 2013, p. 45) Em 1984 tem início o Projeto Folha, processo de reformulação da *Folha de São Paulo*, numa época em que o debate em torno do design dos jornais no mundo todo começava a ganhar força, movido pela adoção da impressão *off-set* em quatro cores.

No que diz respeito às revistas, a editora *Abril* teve um papel crucial no processo de desenvolvimento de infográficos. *Veja* foi a primeira revista a ser contemplada com um Malofiej, em 1997, mas foi a *Superinteressante* – objeto de estudo desse trabalho – que se destacou no campo da infografia. “Os infográficos da *Superinteressante* tornaram-se tão característicos que sua forma foi adotada pelas agências de publicidade que anunciavam na revista.” (MORAES, 2013, p. 61) Em 1998 foi lançado por Mario Kanno e Renato Brandão, o *Manual de Infografia da Folha de São Paulo*, que, em 36 páginas, dá instruções aos jornalistas

de como requisitar um infográfico para a editoria, conceituando e facilitando a comunicação entre dois setores: redação e arte.

Assim, a infografia se desenvolve cada vez mais, aliada tanto aos princípios do design como do jornalismo, conquista espaço nos meios de comunicação e na casa dos leitores. Sua história é bastante ampla, não se caracteriza como um produto moderno, mas que desenvolveu-se com o passar dos anos, adaptando-se ao progresso da imprensa como um todo. “A infografia, pois, é de hoje, mas também é de ontem, de um ontem bastante remoto.” (DE PABLOS, 1998)⁸. A linguagem visual sempre teve um poder muito grande para contar histórias, um dos principais objetivos do jornalismo. Enquanto ele sobreviver, a infografia fará parte desse processo.

⁸ Tradução nossa. No original: “La infografía, pues, es de hoy, pero también lo es de ayer, de un ayer bastante remoto.”

3 CATEGORIZAÇÃO DE INFOGRÁFICOS

Se há diversos aspectos em torno da evolução da infografia que os pesquisadores da área partilham de ideias convergentes, por outro lado não existe consenso em relação a uma categorização dos infográficos. Alguns deles, como Kanno e Brandão, no Manual de Infografia da Folha de São Paulo, são mais objetivos e práticos, separando os infográficos de uma forma mais visual, de acordo com a sua estrutura. Já outros, como Teixeira, utilizam o conteúdo para dividir os mais diversos tipos de infografia. Para entender como se separam os infográficos, é preciso lembrar o que eles são e qual o seu objetivo. Se levarmos em consideração o infográfico como um produto jornalístico, é preciso entender que a sua finalidade deve ser a de informar e, para isso, necessita de alguns elementos obrigatórios, como título, texto introdutório, indicação das fontes e assinatura do autor. Segundo Teixeira (2010, p. 33) esse é o modelo adotado nas grandes redações que possuem tradição na produção de infografia e é por meio dele que o leitor recebe um material de maior qualidade.

O infográfico jornalístico [...] pressupõe uma narrativa, sendo que, neste caso, ela é construída a partir da inter-relação indissolúvel entre texto (que vai além de uma simples legenda ou título) e imagem que deve ser mais do que uma ilustração de valor essencialmente estético, por exemplo, mas algo que tenha o propósito claro de contribuir para a construção e consequente compreensão plena desta narrativa. (TEIXEIRA, 2010, p. 33)

A narrativa do infográfico, ainda de acordo com Teixeira, deve ser explicativa e não apenas expositiva, não podendo prevalecer nem a imagem (foto, ilustração, mapa) e nem o texto. Os dois devem se complementar, formando um só produto. A autora cita as principais diferenças entre uma tabela ou um gráfico ilustrado, por exemplo, e um infográfico. É o caso da tabela publicada na revista Veja (Figura 14).

Figura 14: Tabela publicada na Revista Veja em 6 de dezembro de 2006, acompanhando uma reportagem.



A MÁQUINA CADA VEZ MELHOR		Os principais confrontos entre o homem e o computador			
Ano	Homem	Vitórias do homem	Empates	Vitórias da máquina	Máquina
1989	Garry Kasparov	2	0	0	Deep Thought
1996	Garry Kasparov	3	2	1	Deep Blue
1997	Garry Kasparov	1	3	2	Deep Blue
2002	Vladimir Kramnik	2	4	2	Deep Fritz
2003	Garry Kasparov	1	4	1	Deep Junior
2003	Garry Kasparov	1	2	1	X3D Fritz
2005	Michael Adams	0	1	5	Hydra

Fonte: TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e Jornalismo: Conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.

Se a ilustração que acompanha a tabela for tirada, a informação não é prejudicada, pois ela não representa uma parte indispensável, está ali apenas como um “enfeite” (Figura 15).

Figura 15: Sem a ilustração a tabela não foi prejudicada.

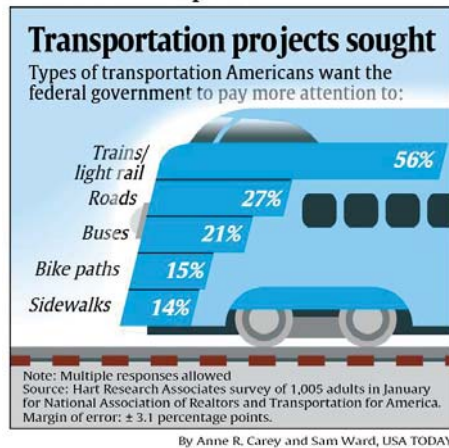
A MÁQUINA CADA VEZ MELHOR					Os principais confrontos entre o homem e o computador
Ano	Homem	Vitórias do homem	Empates	Vitórias da máquina	Máquina
1989	Garry Kasparov	2	0	0	Deep Thought
1996	Garry Kasparov	3	2	1	Deep Blue
1997	Garry Kasparov	1	3	2	Deep Blue
2002	Vladimir Kramnik	2	4	2	Deep Fritz
2003	Garry Kasparov	1	4	1	Deep Junior
2003	Garry Kasparov	1	2	1	X3D Fritz
2005	Michael Adams	0	1	5	Hydra

Fonte: TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e Jornalismo: Conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.

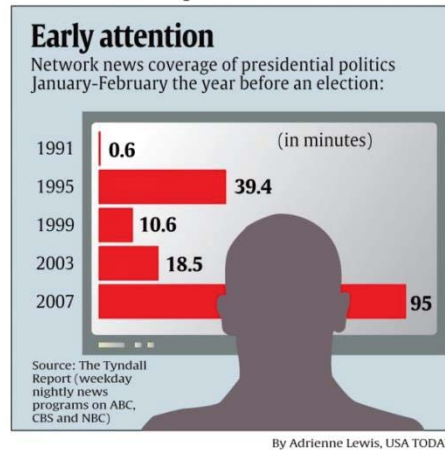
A discussão sobre as diferenças entre gráficos e infográficos é ampla. O que caracteriza um e outro? Os *Snapshots*, (Figura 16) criados pelo *USA Today* em 1982, e adotados por inúmeros jornais a partir daí, são exemplos de como gráficos podem se confundir com infográficos. O recurso, que foi copiado não apenas por outros jornais dos Estados Unidos, mas de todo o mundo, foi criado com o objetivo de apresentar estatísticas de forma fácil e visualmente agradável, mas não por isso deixa de ser apenas um gráfico, segundo a autora Tattiana Teixeira. O que dirá se o produto é ou não um infográfico, de acordo com ela, “é como o texto e imagem se relacionam, porque não raro o que temos é uma perspectiva ilustrativa e não de simbiose, de idissociabilidade.” (TEIXEIRA, 2010, p. 37)

Figura 16: Criados pelo *USA Today*, os *snapshots* tem o objetivo de passar a informação de uma forma rápida e atrativa.

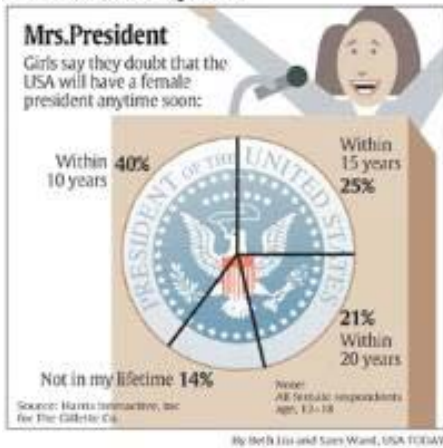
USA TODAY Snapshots®



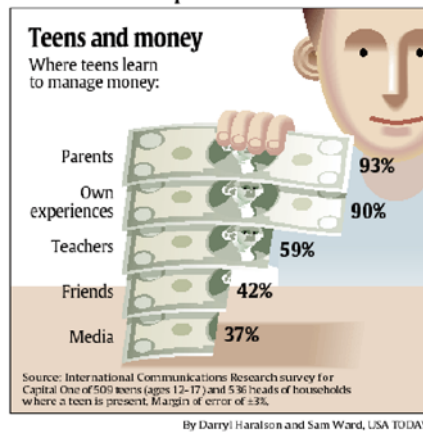
USA TODAY Snapshots®



USA TODAY Snapshots®



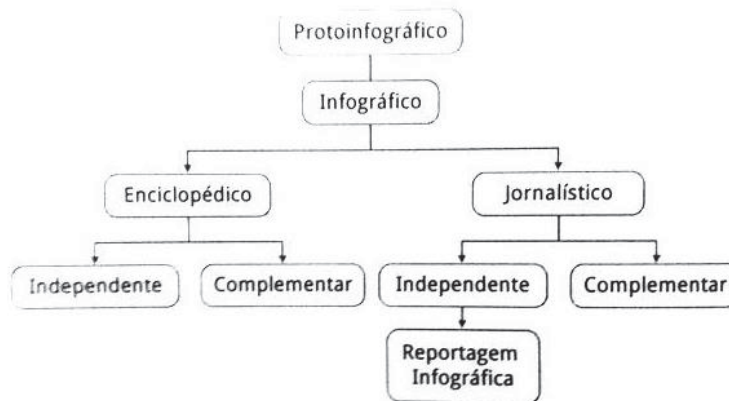
USA TODAY Snapshots®



Fonte: Google Imagens. Acesso em: 13 set. 2014.

Teixeira apresenta uma proposta de tipologia da infografia (Figura 17), organizando os infográficos em dois grandes grupos, o enciclopédico e o jornalístico:

Figura 17: Organograma feito pela pesquisadora Tattiana Teixeira, dividindo os tipos de infográficos.



Fonte: TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e Jornalismo: Conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.

O **enciclopédico** se refere às explicações de caráter universal, como o funcionamento do corpo humano, o que são partidos políticos, o que são bactérias, etc... A autora enfatiza que esse tipo de infográfico pode ser encontrado em inúmeros lugares, tanto em reportagens jornalísticas, como em livros didáticos ou manuais. Já os **jornalísticos**, estão mais próximos da singularidade dos fatos. “No infográfico jornalístico, a especificidade, portanto, a singularidade, é a sua razão de ser, é o cerne da narrativa que ele traz em destaque, mesmo quando acompanha um texto jornalístico tradicional.” (TEIXEIRA, 2010, p. 48) Independentemente de jornalístico ou enciclopédico, o infográfico pode ser dividido entre **complementar** e **independente**. Conforme a autora, o primeiro é acompanhado de uma notícia ou reportagem, servindo para somar mais informações aquelas já existentes. É utilizado, quando no âmbito jornalístico, para esclarecer dados que são mais facilmente compreendidos através do infográfico. Já os enciclopédicos independentes não acompanham nenhuma reportagem ou notícia.

Geralmente são respostas a curiosidades de leitores ou mesmo um modo diferenciado de explicar ou sistematizar informações mais clássicas, como aquelas sobre personagens da mitologia grega ou romana. [...] Seu uso é amplo, independe de acontecimentos específicos e exige um rigoroso processo de apuração, na maioria das vezes. (TEIXEIRA, 2010, p. 53)

O último subtipo, os **jornalísticos independentes** estão cada vez mais em ascensão, com o crescimento das editorias de infografia nas redações. “Aparecem como uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto, compõem um infográfico complexo”. (TEIXEIRA, 2010, p. 56)

Uma ramificação ainda desse grupo são as reportagens infográficas, o que a autora denomina aquelas narrativas onde se pode encontrar um texto introdutório acompanhado de um infográfico.

Mas não foi apenas Teixeira a se aventurar nas classificações da infografia. Alberto Cairo também os classificou. Para o autor, existem dois principais grupos: os **figurativos** e os **não figurativos**. O primeiro se caracteriza por representar fenômenos físicos. “Neles existe uma certa similaridade entre o representado e a forma visual. Pense em um mapa, um retrato na escala de um espaço. A forma gráfica se assemelha ao objeto, fenômeno ou processo que representa.” (CAIRO, 2011, p. 33).⁹ Já o segundo, caracteriza os fenômenos abstratos.

Neles, a relação entre o representado e a sua forma visual é convencional. Não se baseia em uma semelhança, mas em uma ‘convenção’, uma espécie de acordo tácito entre quem comunica e quem recebe a mensagem. Pense na língua escrita, que não é mais do que uma forma visual mimética de transmitir conteúdos de uma mente a outra. Uma infografia que, por meio de tons de intensidade variável, mostre a evolução da taxa de desemprego codifica algo no físico e que não tem relação natural alguma com sua representação: uma grade de retângulos não se parece com o número de pessoas sem trabalho. (CAIRO, 2011, p. 35)¹⁰

O Manual de Infografia da Folha de São Paulo, criado em 1998 por Mário Kanno e Renato Brandão, divide os infográficos em quatro categorias. A primeira delas é denominada Arte-texto e é dividida em: ficha, fac-símile, resumo, perguntas e respostas, glossários, testes, sobe-desce, escore, frases, lista, tabela e organograma. “Arte-texto tem esse nome porque, na maioria das vezes, o texto ocupa a maior parte do espaço.” (KANNO, BRANDÃO, 1998, p. 4). Os gráficos são separados entre gráfico de linha, de barras e de queijo. Os mapas são divididos em: mapa de localização, de movimentação e de dados. Já os Visuais, onde a imagem é mais importante, são segmentados em selo, passo a passo, *storyboard*, arte-foto e pôster virtual. Esse último, segundo o manual, é o que exige maior investimento do infografista e da reportagem. Ele pode usar outros tipos de infográficos, como tabelas, fichas e gráficos na sua composição.

⁹ Tradução nossa. No original: “En ellos, existe una cierta similitud entre lo representado y la forma visual. Piense en un mapa, un retrato a escala de un espacio.[...] La forma gráfica se asemeja al objeto, fenómeno o proceso que representa.”

¹⁰ Tradução nossa. No original: “En ellos, la correspondencia entre lo representado y su forma visual es convencional. No se basa en una semejanza, sino en una “convencción”, una especie de acuerdo tácito entre quien comunica y quien recibe el mensaje. Piense en la lengua escrita, que no es más que una forma visual no mimética de transmitir contenidos de una mente a otra. Una infografía que, por medio de tonos de intensidad variable, muestre la evolución de la tasa de desempleo codifica algo no físico y que no tiene relación natural alguna con su representación: una rejilla de rectángulos no se parece al número de personas sin trabajo.”

4 METODOLOGIA E ANÁLISE

O objetivo desta pesquisa é compreender a evolução da narrativa visual infográfica das edições impressas da revista *Superinteressante*. Para tanto, é realizada uma análise de conteúdo aplicada a oito edições da revista a partir de variáveis de análise e a categorização criada pela autora Tattiana Teixeira. A análise aqui prevista possui uma função heurística, que, de acordo com Bardin, “enriquece a tentativa exploratória, aumenta a propensão à descoberta. É a análise de conteúdo para ver o que dá.” (BARDIN, 2010, p. 30). Ainda segundo a autora, atualmente, a análise de conteúdo se caracteriza como um conjunto de instrumentos metodológicos, que se aplicam aos mais diferentes discursos:

Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos de rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atração pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial do inédito (o não-dito), retido por qualquer mensagem (BARDIN, 2010, p. 9).

Anterior à análise, faz-se necessário investigar a revista como um todo, conhecer o seu surgimento, para, então, investigar o seu conteúdo.

4.1 A Revista Superinteressante

Lançada no país em 1987 pela editora *Abril*, a revista *Superinteressante*, também conhecida como *Super*, não é uma criação brasileira. Segundo Rocha (2013, p. 23), a *Muy Interesante* é uma criação da G+J (Gruner + Jahn) do Grupo alemão Bertelsmann AG, da qual a *Abril* comprou o direito de publicação da marca para uso no Brasil. A *Muy interesante* possui muitas versões em diferentes países, como México, Chile e Portugal. No Brasil, a revista possui redação própria, e é voltada inicialmente para o público jovem, transitando pelos campos da História, tecnologia, comportamento, biologia, artes, etc...

A revista é uma das mais importantes nacionalmente em termos de publicação de infográficos. Desde sua criação, foi concebida aliando o design às informações e curiosidades para chamar a atenção do seu público-alvo. Foi em 1998 que a revista ganhou o seu primeiro Malofiej, devido ao trabalho de Luiz Iria, mais tarde editor do Núcleo de Infografia da Editora *Abril*.

O investimento da editora na área deu tão certo que, a partir de 1998, Iria conquistou 30 medalhas no Malofiej, entre as quais merecem destaque as medalhas de prata conferidas à melhor infografia jornalística do mundo em 2002, com a *Superinteressante*, e 2004, com a revista *Mundo Estranho*, o que fez de seu trabalho indiscutivelmente a grande referência da infografia nacional. Em 2011, a *Superinteressante* tornou-se a primeira publicação brasileira a figurar no anuário da Society of Publications Designers (SPD), uma espécie de SND das revistas. (MORAES, 2013, p. 63).

Atualmente, de acordo com a editora *Abril* (PUBLIABRIL2014), a revista possui mais de 2,3 milhões de leitores em todo o Brasil, sendo a idade média dos leitores de 34 anos. 54% desses são homens e 46% mulheres.

4.2 Variáveis

A análise de conteúdo é realizada partindo da primeira edição – em 1987 – e seguindo sucessivamente de 4 em 4 anos, apreciando uma edição de 1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 e, para contextualizar a realidade atual da revista, uma edição de 2014. Tal período de tempo foi escolhido, por ser suficiente para perceber a evolução no material infográfico da *Superinteressante*. A escolha da edição selecionada em cada ano respeitou uma análise prévia da presença quantitativa dos infográficos, criando um padrão no qual foi escolhido o mês em que a revista publicou um número significativo de infográficos naquele ano para mensurar o uso massivo do recurso ao longo do tempo. O material infográfico publicitário não é utilizado, apenas os infográficos informativos criados pela revista.

Sobre esta amostragem, as variáveis consideradas contemplam o material infográfico da revista como um todo, tanto a narrativa textual desenvolvida e a profundidade da informação, como as ilustrações, gráficos, mapas e outros recursos visuais utilizados. São observadas, em cada uma delas:

a) Na perspectiva do texto

Narrativa textual: Um infográfico é essencialmente a composição de imagem e texto. Sendo assim, a narrativa textual é tão importante quanto as fotos, ilustrações ou gráficos presentes no infográfico. O quão desenvolvido é o texto dos infográficos, tanto os de abertura (título, linha de apoio e texto principal), como aqueles presentes no desenvolvimento são alguns dos itens observados na análise de conteúdo. O papel do texto na produção infográfica é essencial, uma vez que um texto bem construído, não só complementa o que não foi “dito” por meio da

imagem, mas traz mais informações aos leitores e cria uma narrativa sequencial dando continuidade a cada parte do infográfico e orientando o leitor.

b) Na perspectiva da imagem

Fotografias: Apesar de o seu uso não ser tão comum quanto o de outros elementos visuais nos infográficos da revista, a fotografia também está presente. São considerados os tipos de fotografias que prevalecem (feitas em estúdio ou não), o quanto elas são utilizadas, se servem apenas para ilustrar ou possuem um caráter informativo e o quão convergentes com os textos do infográfico elas são.

Ilustrações: Como citado anteriormente neste trabalho, as ilustrações substituíram as fotos no início da infografia de imprensa (como o caso da cobertura da Guerra do Golfo, por exemplo), e ainda continuam sendo um dos principais recursos utilizados. Um dos famosos infográficos já desenvolvidos pela *Superinteressante* tem a ilustração como o principal elemento. “Raio X das plásticas” trouxe para a revista o Prêmio Abril de Jornalismo na categoria Infografia. Além de entrar no anuário da SPD – *The Society of Publication Designers* –, que premia o design das melhores publicações do mundo, onde levou o ouro na categoria *Information Graphic*. O objetivo é verificar o quanto o uso da ilustração é importante para a narrativa infográfica da revista.

Gráficos: Os gráficos foram um dos precursores da infografia e até hoje possuem uma relevância muito grande nas produções infográficas. Desde os primeiros experimentos de William Playfair, muito se desenvolveu na área e a *Superinteressante* é uma prova disso. Desde os mais simples gráficos de barras, até formas diferentes e elaboradas, a revista costuma fazer um grande uso desse recurso. São observados a quantidade de gráficos presentes no material infográfico da revista e a evolução deles no decorrer dos anos.

Formas: Os computadores trouxeram uma nova era para o jornalismo visual. As formas (círculos, retângulos, fios...) ajudam principalmente na organização do infográfico. Quais são as principais formas utilizadas pela *Superinteressante* e qual a importância delas dentro dos infográficos são os pontos analisados dentro dessa variável.

Por fim, o material é categorizado de acordo com a classificação criada pela pesquisadora Tattiana Teixeira.

4.3 Análise

Após o referencial teórico, aplicamos a análise de conteúdo propriamente dita dos infográficos das edições impressas da revista *Superinteressante*, para que se possa perceber como se deu a evolução da narrativa visual infográfica da publicação. Como critério de organização, são utilizadas as variáveis apresentadas anteriormente neste trabalho.

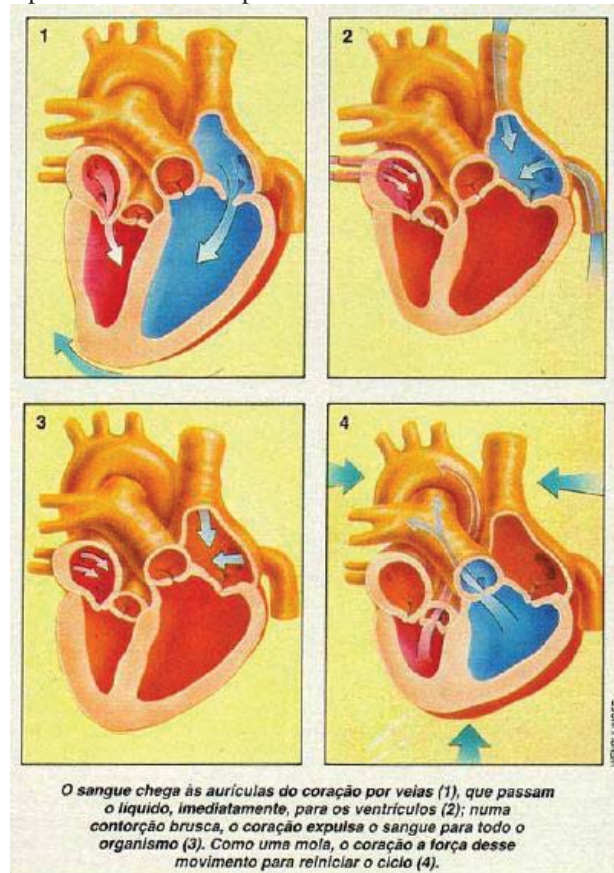
4.3.1 Na perspectiva do texto

Na primeira edição da revista, em 1987, a Carta ao Leitor, escrita por Victor Civita, explicava o seu propósito.

De forma clara, direta, acessível ao mais leigo dos leitores, *Superinteressante* mostrará o conhecimento científico não como um tesouro a que só alguns privilegiados têm acesso, por sua cultura, mas como algo que passa pelo cotidiano de todos nós, influenciando e modificando até os momentos mais simples de nossa vida. (CIVITA, 1987, p. 5)

A *Superinteressante* se propunha a levar a ciência ao público comum, que tinha curiosidade, porém não dominava o embasamento teórico para aprender sobre o assunto. Por isso, além de um texto simples e mais próximo à linguagem cotidiana do leitor, a revista iniciou sua trajetória já utilizando largamente fotos e ilustrações para complementar suas matérias. Os infográficos, no entanto, incorporaram-se à revista um pouco mais tarde. Na sua primeira edição, o elemento apresentado mais próximo a uma produção infográfica (Figura 18) explicava o funcionamento do coração. Ele acompanha uma reportagem de seis páginas sobre o mesmo assunto, não possui um título, nem linha de apoio, apenas frases simples e diretas.

Figura 18: A primeira edição da *Superinteressante* ainda não tinha como principal atrativo os infográficos. O único encontrado na revista possui um texto simples e enxuto.



Fonte: *Revista Superinteressante*, ed. 1, p. 51, out. 1987.

Além de aumentar a produção infográfica no decorrer dos anos, os textos presentes nos infográficos se desenvolveram e passaram a ser, além de maiores, mais trabalhados. A edição de junho de 1991, conta com infográficos mais elaborados textualmente (Figura 19). Palavras e frases destacadas no texto (em **negrito** ou em *itálico*) facilitam a leitura dinâmica. Apresenta um caráter explicativo, servindo, na maioria das vezes, para esclarecer ao leitor os gráficos utilizados. Tabelas são elementos presentes em muitos dos infográficos desta edição.

Figura 19: Na edição de 1991, os infográficos passam a contar com título e um texto mais desenvolvido.



Fonte: *Revista Superinteressante*, ed. 45, p. 24, jun. 1991.

Na edição de março de 1995 (Figura 20), os textos passam a fazer parte de uma narrativa. Os infográficos, nessa edição, contam histórias e não apenas explicam as imagens. Título¹¹, intertítulos¹² e linha de apoio¹³ são elementos bastante utilizados, mesmo nas menores produções. O texto é dividido em pequenos blocos, facilitando a leitura e separando melhor as informações.

¹¹ Além de nomear a notícia também é utilizado para chamar a atenção para o assunto, tanto pela abordagem do texto, quanto pelo destaque gráfico (pelo visual) conferido a ele. (DAMASCENO, 2013, p. 22)

¹² Colocado no meio do corpo do texto com o objetivo de dividir o assunto em sessões e facilitar a leitura. (DAMASCENO, 2013, p. 23)

¹³ É uma forma de complementação do título, dando-lhe sustentação. (DAMASCENO, 2013, p. 23)

Figura 20: Textos em blocos, ligados uns aos outros são comuns na edição de março de 1995



Fonte: *Revista Superinteressante*, ed. 90, p. 38, mar. 1995.

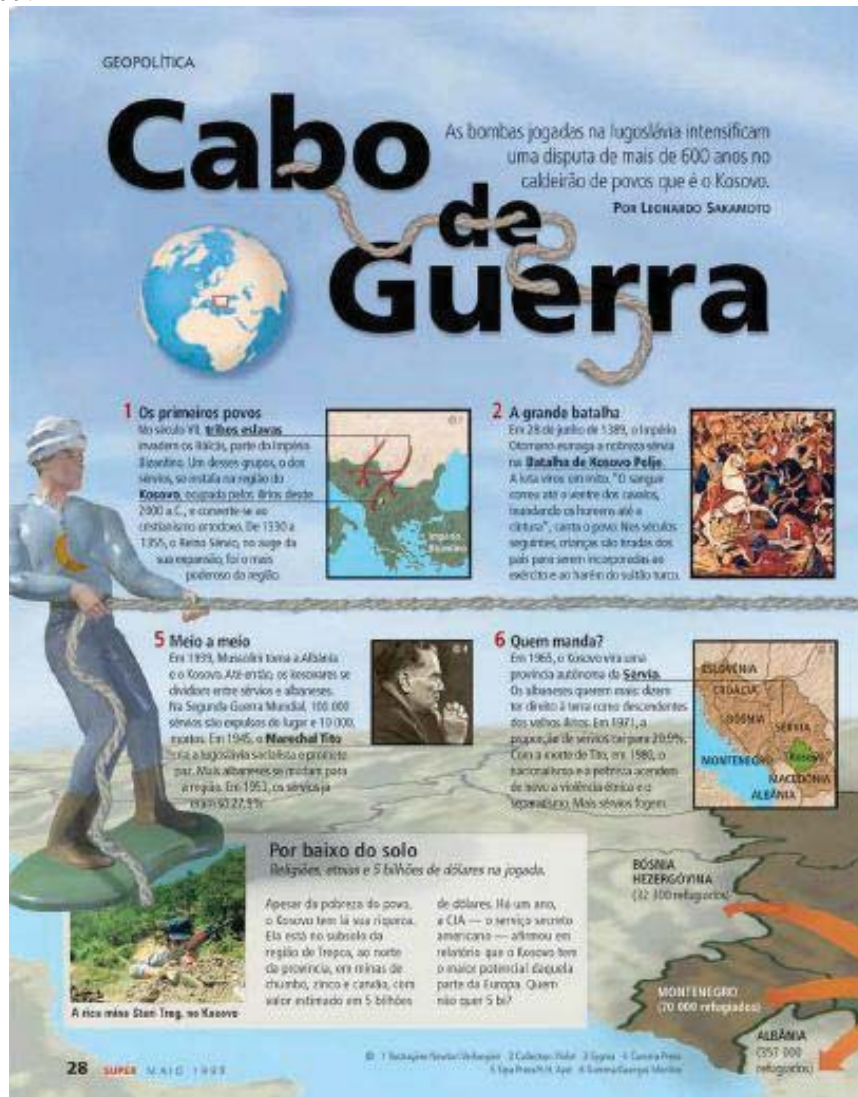
Ao dar cada vez mais espaço aos infográficos na publicação, o número de elementos textuais presente neles também aumentou, como é o exemplo da edição de maio de 1999 (Figura 21). Chapéu¹⁴, olho opinativo¹⁵ e assinatura¹⁶ se unem ao título, linha de apoio e ao corpo do texto. Nesta edição, o sumário da revista já é encontrado na forma de infográfico, menos elaborado do que é hoje, mas, ainda assim, tornando a sua leitura mais interessante.

¹⁴ Geralmente é colocado no topo da página dando o direcionamento para o assunto tratado ou editoria. (DAMASCENO, 2013, p. 22)

¹⁵ De um modo geral, o olho é usado para quebrar a massa de texto da página, tornando-a mais dinâmica e atraente para a leitura. (DAMASCENO, 2013, p. 23)

¹⁶ Crédito dado ao autor de uma matéria, ilustrações ou infográficos. (DAMASCENO, 2013, p. 24)

Figura 21: O acréscimo de mais elementos, como o chapéu e a assinatura foram as principais evoluções textuais da edição de 1999.



Fonte: Revista *Superinteressante*, ed. 140, p. 28, maio. 1999.

A edição de setembro de 2003 nomeia quem é quem no processo de produção do infográfico, colocando, na assinatura, o nome do designer e do repórter. Além de também fornecer o *e-mail* de quem produziu o material. No texto propriamente dito não há grandes mudanças. A narrativa textual contínua, ligando um bloco de texto ao outro, continua sendo uma característica permanente.

A edição do mês de dezembro de 2007 (Figura 22) apresenta uma linguagem menos científica e mais descontraída, próxima ao leitor. A assinatura é ainda mais dividida, separada por: texto, infografia, design e edição, nos infográficos principais.

Figura 22: A edição de dezembro de 2007 traz um texto mais descontraído e blocos que se conectam e se complementam.



Fonte: *Revista Superinteressante*, ed. 246, p. 34, dez. 2007.

A partir daí, as mudanças na perspectiva textual nos infográficos publicados não são muitas. A edição de fevereiro de 2011 e a de janeiro de 2014 seguem o mesmo padrão das anteriores: o texto presente no infográfico serve como elo narrativo unindo os diferentes blocos e complementa o que o leitor vê, não necessitando ser excessivamente explicativo. Na tabela abaixo é apresentado um resumo do amadurecimento do texto nos infográficos das edições analisadas nesta pesquisa.

Tabela 1: Resumo da evolução no texto dos infográficos.

	Na perspectiva do texto
1987	Texto excessivamente descritivo. Apenas frases simples e diretas.
1991	Textos maiores e mais bem trabalhados. Palavras e frases destacadas que facilitam uma leitura dinâmica. Caráter explicativo, servindo muitas vezes para explicar a imagem e não para complementá-la.
1995	Textos divididos em blocos, possuem um caráter mais narrativo, complementando-se entre si. Elementos como título, intertítulo e linha de apoio são comuns.
1999	Número de elementos textuais aumenta, acrescentando chapéu, olho opinativo e assinatura.
2003	Nos textos dos infográficos não há grandes mudanças. A assinatura passa a ser mais descritiva, nomeando quem é quem no processo de produção do infográfico, colocando, na assinatura, o nome do designer e do repórter.
2007	Apresenta uma linguagem mais descontraída. A assinatura é ainda mais dividida, separada por: texto, infografia, design e edição, nos infográficos principais.
2011	Não há mudanças significativas no processo de construção textual dos infográficos.
2014	Não há mudanças significativas no processo de construção textual dos infográficos.

Fonte: Elaborado pela autora.

Constatação: Ao longo dos anos, os textos perdem a descrição excessiva e passam a dividir cada vez mais com as imagens o caráter informativo. Pequenos elementos de diagramação impressa, como chapéus, olhos e afins aumentam, a linguagem torna-se mais descontraída e a assinatura da informação passa a ser dividida com outras áreas do design.

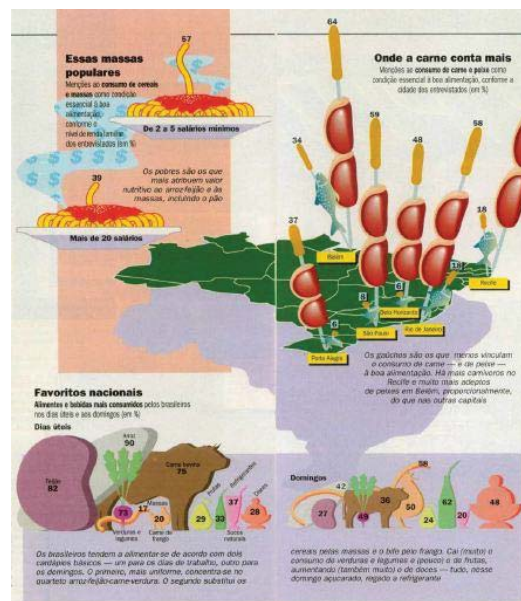
4.3.2 Na perspectiva da imagem

O uso permanente da imagem é uma das características que torna não apenas a publicação objeto deste trabalho, mas todas as revistas mais atrativas, deixando a leitura mais leve. O primeiro infográfico da *Superinteressante* (Figura 18), publicado em 1987, utiliza-se de quatro ilustrações para demonstrar como se dá o funcionamento do coração. Apesar de utilizar setas para facilitar o entendimento, a ilustração não fica muito clara, sendo o texto, aqui, mais importante e compreensível do que a imagem.

As imagens presentes nos infográficos da edição de 1991 (Figura 23) são em número maior e mais variadas. Ilustrações são utilizadas em todos eles, servindo, em alguns casos, como base para o entendimento da infografia. Os gráficos também são utilizados. Na figura

19 um gráfico de pizza é empregado na forma de uma cabeça, com ou sem capelo, para indicar o número de pessoas com ou sem ensino superior. Mapas e formas, como retângulos, linhas e círculos também fazem parte das produções.

Figura 23: Ilustrações são a base para a produção dos infográficos da edição de junho de 1991.

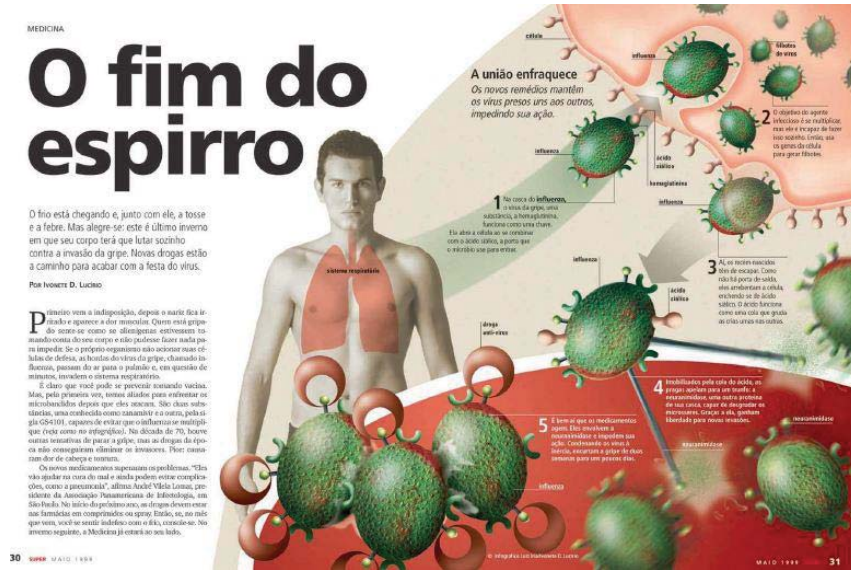


Fonte: *Revista Superinteressante*, ed. 45, p. 34 e 35, jun. 1991.

Na edição de março de 1995, o uso de imagens em 3D é comum, utiliza-se cada vez mais mapas, que servem muitas vezes como base dos infográficos e o uso das ilustrações avança, facilitando o entendimento do conteúdo. Nessa edição foi encontrada apenas uma foto, não produzida em estúdio e com pouca importância dentro do infográfico.

Já na edição de maio de 1999 (Figura 24), as fotografias aparecem com mais frequência, algumas vezes como elemento principal, tanto aquelas produzidas em estúdio, como as ilustrações, que continuam sendo fundamentais para a construção do entendimento dos infográficos, ficam muito mais avançadas, mostrando os elementos de forma mais realística. As linhas são as formas mais comuns e servem principalmente para ligar informações.

Figura 24: O uso de fotografias, associado à ilustrações mais bem desenvolvidas fizeram com que os infográficos da revista avançassem esteticamente.



Fonte: Revista Superinteressante, ed. 140, p. 30 e 31, maio. 1999.

Na edição de setembro de 2003 as imagens passam a ser o elemento principal na construção dos infográficos. A narrativa textual é montada em cima das imagens, que podem ser em forma de fotos, ilustrações ou mapas. O uso de gráficos não é tão comum.

No mês de dezembro de 2007 (Figura 25) são encontrados ícones, em algumas situações com legenda. Tais elementos são bastante utilizados na visualização de dados e incorporam-se facilmente às ilustrações mais trabalhadas. A iniciação no uso desses elementos começa a fazer com que a revista tenha um design mais simples e o aumento dos espaços brancos nos infográficos dão um respiro maior à página.

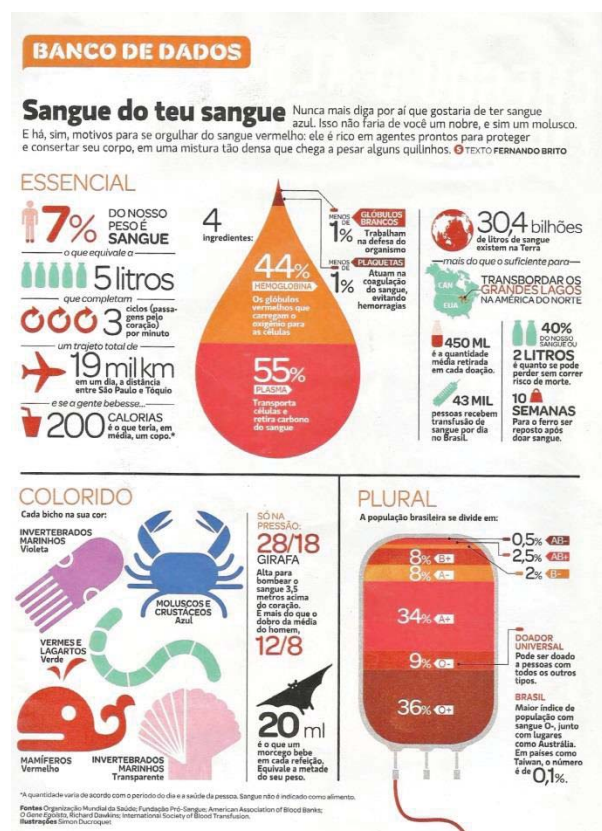
Figura 25: Recorte de um infográfico de 2 páginas sobre as sacolas plásticas mostra a utilização dos ícones na revista no ano de 2007.



Fonte: Revista Superinteressante, ed. 246, p. 39, dez. 2007.

Já na edição de fevereiro de 2011 (Figura 26), aumenta consideravelmente o número de gráficos, que passam a ser os elementos principais em muitos dos infográficos publicados, mostrando que os números ganham um valor maior. A utilização de ícones minimalistas também cresce e as ilustrações avançam esteticamente, aparecendo cada vez mais fiéis à realidade. O uso do 3D é mais brando. Ao avançar com a qualidade das imagens publicadas, principalmente do ponto de vista das ilustrações, a revista passa a informar melhor e mais por meio da imagem. Ela se torna tão importante quanto o texto.

Figura 26: A editoria Banco de Dados é um exemplo do aumento dos gráficos e do uso de números nos infográficos da edição de fevereiro de 2011.



Fonte: Revista Superinteressante, ed. 288, p. 28, fevereiro. 2011.

Na edição de janeiro de 2014, os infográficos são mais minimalistas, usando ilustrações mais simples e utilizando mais formas, como retângulos, linhas e círculos.

Na tabela abaixo é apresentado um resumo das mudanças encontradas em cada edição analisada.

Tabela 2: Resumo da evolução nas imagens utilizadas nos infográficos.

	Na perspectiva da imagem
1987	Imagens com pouca alternância e clareza, deixando o trabalho de entendimento para o texto. Uso de ilustrações.
1991	Ilustrações são as principais imagens presentes. O uso de gráficos é incorporado. Mapas e formas, como retângulos, linhas e círculos, também fazem parte das produções.
1995	Uso de imagens em 3D, aumento e melhor utilização de mapas.
1999	Fotografias aparecem com mais frequência. Ilustrações mais realistas. Larga utilização de linhas.
2003	Imagem como principal elemento do infográfico. O texto é construído a partir da imagem.
2007	Início da utilização de ícones.
2011	Aumento no uso de gráficos e ícones. Menor uso do efeito 3D.
2014	Infográficos minimalistas, com grande uso de espaços em branco e um design mais simples.

Fonte: Elaborado pela autora.

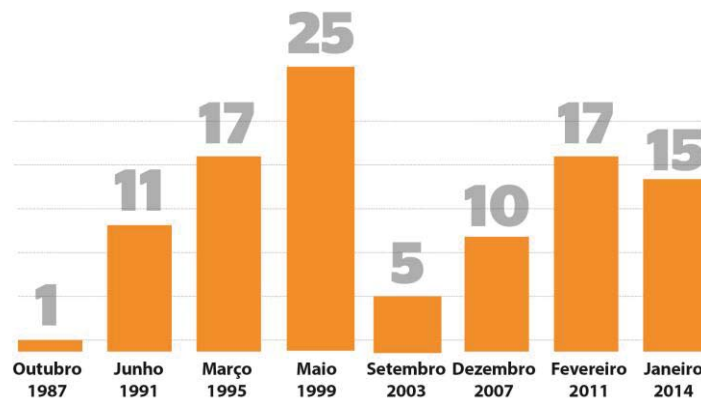
Constatação: As imagens passam a ser mais claras e ganham mais variedade, deixando de ser apenas ilustrações e incorporando fotos, ícones, gráficos e formas com mais frequência. Os infográficos seguem uma tendência do design atual, informando com imagens mais minimalistas e maiores espaços em branco.

4.3.3 A infografia na *Super*, falando em números

Se interessa para a compreensão da narrativa informativa a análise qualitativa da evolução da presença de infográficos na revista, também acrescenta à presente pesquisa uma análise quantitativa quanto ao seu uso, uma vez que a massificação do uso denota a aceitação por parte das duas instâncias envolvidas no processo: o público leitor e o produtor de conhecimento, ou seja, a própria revista. A *Superinteressante* já nasceu na era de ouro da infografia. Como citado anteriormente neste trabalho, o advento do computador pessoal trouxe o conceito de um jornalismo impresso cada vez mais visual. Apesar de no Brasil a infografia também ter entrado na década de 1980, as produções nacionais ainda ficavam para trás de países como Estados Unidos e Espanha. No ano do lançamento da revista *Superinteressante*, em 1987, apenas um infográfico foi publicado, refletindo o fato de que a

infografia ainda não era tão comum no país. Quatro anos depois, na edição de junho de 1991 já há aumento considerável, passando para 11 infográficos. Nesse momento, a revista passa a ocupar um papel importante, ditando tendências na área e aumentando progressivamente as publicações, sendo que na edição de março de 1995, foram 17 infográficos publicados. Das edições analisadas, a de maio de 1999 teve o maior número de infográficos publicados, mostrando que o trabalho do infografista Luiz Iria, que mais tarde se tornou diretor do núcleo de infografia da Editora *Abril*, estava produzindo resultados. No ano anterior, em 1998, a revista conquistou o seu primeiro Malofiej. Há uma decaída no número na edição de setembro de 2003, com apenas 5 infográficos. No mês de dezembro de 2007 foram 10 infográficos e no de fevereiro de 2011, 17, mesmo ano em que a revista tornou-se a primeira publicação brasileira a fazer parte do anuário da *Society of Publications Designers* (SPD). Já no ano de 2014, na edição de janeiro, foram contabilizados 15 infográficos publicados na revista. Observa-se que o número de infográficos em cada edição já foi maior e que decaiu nos anos de 2003 e 2007. Apesar de os números mostrarem isso, a produção não decaiu em qualidade, como citado anteriormente nos itens 4.3.1 e 4.3.2. O amadurecimento no uso desse recurso possibilitou à revista utilizá-lo de forma inteligente, nos momentos necessários e não em demasia, pois não são todas as matérias que são melhor compreendidas por meio de um infográfico.

Figura 27: Número de infográficos publicados na revista *Superinteressante*.



Fonte: Elaborado pela autora.

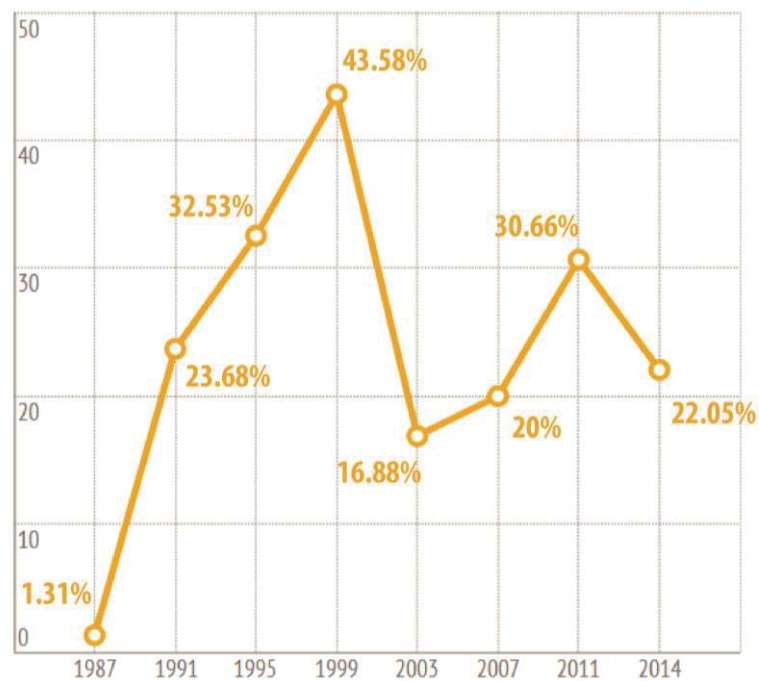
A porcentagem que essa quantidade representa na revista como um todo é calculada a partir do número total de páginas da edição contendo conteúdo informativo da revista (descontando as páginas de anúncios publicitários) e o número de páginas com infográficos.

Tabela 3: Números de páginas por edição, com e sem os anúncios publicitários e o número de páginas com infográficos.

	Números de páginas por edição	Números de páginas de conteúdo informativo da revista (descontando as páginas de anúncios publicitários)	Número de páginas com infográficos
Outubro 1897	87	76	1
Junho 1991	87	76	18
Março 1995	91	83	27
Mai 1999	99	78	34
Setembro 2003	106	77	13
Dezembro 2007	130	85	17
Fevereiro 2011	90	75	23
Janeiro 2014	78	68	15

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 28: O gráfico demonstra a porcentagem das páginas informativas da revista ocupada por infográficos em cada edição analisada.



Fonte: Elaborado pela autora.

Constatação: A *Superinteressante* tem uma larga parcela da sua produção informativa ocupada por infográficos. Apesar de haver decaídas nos anos de 2003 e 2014, a tendência foi

sempre de um aumento no uso desse recurso, chegando a quase 50% no ano de 1999, provando a importância dele no processo informativo da revista.

4.3.4 Os infográficos da Super: uma categorização

Após verificar a evolução qualitativa e quantitativa dos infográficos publicados na revista *Superinteressante*, o material é categorizado de acordo com a pesquisadora Tattiana Teixeira. Como citado anteriormente, ela separa os infográficos em dois grandes grupos: Os enciclopédicos e os jornalísticos. Dentro de cada um, existe uma subcategorização entre independentes e complementares. Ainda dentro do infográfico jornalístico independente, a autora destaca a reportagem infográfica. Nesta pesquisa, essa última subcategorização (reportagem infográfica) não foi utilizada, por acreditar que é desnecessária para compreender a evolução da informação infográfica da revista. A categorização da autora Tattiana Teixeira foi escolhida porque é a mais completa do ponto de vista do conteúdo dos infográficos. Abaixo, a tabela mostra a quantidade de infográficos publicados por edição analisada em cada categoria.

Tabela 4: Categorização dos infográficos da revista *Superinteressante*.

	Enciclopédico		Jornalístico	
	Independente	Complementar	Independente	Complementar
Outubro 1987		1		
Junho 1991		1		8
Março 1995	1	14		2
Mai 1999		14	1	8
Setembro 2003		1	1	3
Dezembro 2007	3			6
Fevereiro 2011	5	1	3	7
Janeiro 2014	2	1	5	5

Fonte: Elaborado pela autora.

Após analisar a tabela, pode-se notar que os infográficos complementares, tanto os enciclopédicos, como os jornalísticos, eram os mais utilizados nas cinco primeiras edições analisadas. Nesses meses, somente três infográficos independentes foram publicados, um na edição de março de 1995, um em maio de 1999 e outro na edição de setembro de 2003. Nos últimos anos, a revista vem investindo mais nesse tipo de produção, o que mostra que a

maturidade na criação infográfica e a recepção desse tipo de material pelo público leitor só aumenta. A infografia se sustenta como produto jornalístico capaz de informar, sem necessitar de um apoio (texto) ou até mesmo sem fazer o papel desse apoio, no caso dos infográficos complementares. A revista incorporou o infográfico como elemento narrativo isolado, entrando em uma tendência na década de 1990, no Brasil, com o crescimento das produções infográficas nas redações e, mais tarde, se concretizando como uma das maiores criadoras de infográficos do país. Porém, no total, as produções complementares são mais comuns, sendo 72 infográficos. Os independentes são 21. Ao todo, os infográficos jornalísticos tem um maior número, com 49 produções, ultrapassando os enciclopédicos, com 44. Alguns infográficos não se encaixam em nenhuma das categorizações criadas pela autora, o que mostra uma deficiência e uma necessidade de criação de uma nova categorização.

Figura 29: Não foi possível categorizar o infográfico publicado em maio de 1999, por não se encaixar em nenhuma das categorizações criadas pela autora Tattiana Teixeira.



Fonte: Revista *Superinteressante*, ed. 140, p. 4 e 5, maio. 1999.

O índice da edição de maio de 1999 (Figura 29) é um infográfico, porém não se encaixa em nenhuma das categorizações. Ele não é enciclopédico, pois não explica nenhum fenômeno ou ensina como fazer determinada atividade. Também não é jornalístico, porque não narra um fato ou acontecimento. Portanto, nesta parte, a categorização criada pela autora Tattiana Teixeira deixa algumas lacunas.

Constatação: Os infográficos complementares deram lugar aos independentes, mudando a importância e a utilidade do recurso na revista. Eles passaram de um simples complemento a uma maneira isolada de informar. Os jornalísticos também ganharam espaço, com pautas mais voltadas às notícias e não apenas a manuais e curiosidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após percorrer os capítulos deste trabalho de conclusão de curso, entre referências, metodologia e análise, algumas considerações a cerca do que foi realizado até o momento podem ser feitas. Tais apreços estão atrelados tanto ao objeto de estudo deste trabalho, como a utilização do infográfico na imprensa em geral.

Por meio das referências bibliográficas foi possível compreender que a infografia não é um produto novo. Os infográficos sempre fizeram parte da comunicação humana, por meio de pinturas em cavernas ou até mesmo de mapas. Como citado por Moraes (2013, p. 23) a infografia existe a partir do momento em que foi designada para cumprir a finalidade de esclarecer e nomeada para tal. Porém, antes de começar a se pensar em jornalismo visual ou até mesmo no próprio jornalismo, os primórdios da infografia começavam a ser traçados. A incorporação deste recurso no meio jornalístico, por sua vez, levou tempo e até hoje é tratada em muitas redações com desconfiança. Por outro lado, há muitos veículos que já se familiarizaram com o recurso e fazem dele um aliado no momento de informar e atrair mais leitores. No Brasil, apesar dela ter se incorporado à imprensa um pouco mais tarde, há veículos de comunicação com editorias específicas para a produção infográfica e que investem largamente na infografia, como o jornal *Folha de São Paulo*, ou a própria revista *Superinteressante*.

Neste sentido, a infografia ainda não é amplamente discutida no meio acadêmico, o que levou, no terceiro capítulo, a uma dificuldade em localizar autores que categorizem os infográficos e encontrar uma unanimidade de opiniões a cerca do tema. As categorizações feitas até então não são muitas e deixam a desejar em termos de precisão quanto a cada tipo de infográfico produzido. O que levou a uma dificuldade em categorizar alguns materiais produzidos pela *Superinteressante* na análise deste trabalho monográfico.

Por fim, para compreender como se deu a evolução da informação e da narrativa visual infográfica das edições impressas da revista, foi realizada uma análise de conteúdo. As edições analisadas, como justificado anteriormente, foram as de outubro de 1987, junho de 1991, março de 1995, maio de 1999, setembro de 2003, dezembro de 2007, fevereiro de 2011 e janeiro de 2014.

Ao olhar para as três principais variáveis analisadas, a análise na perspectiva do texto, da imagem e o número de infográficos por edição, é possível perceber como elas cresceram e desenvolveram-se juntas para formar o que a revista *Superinteressante* é hoje. Os infográficos entraram perfeitamente na proposta inicial da publicação – de mostrar a ciência de forma

simples – e foram incorporados de forma a ganhar cada vez mais espaço e se tornarem uma das principais atrações da revista. Atualmente, o infográfico está atrelado ao projeto gráfico da revista, fazendo parte da sua identidade.

A evolução da informação infográfica da *Superinteressante* acompanhou um amadurecimento tanto dos estilos de design de cada época (como, por exemplo, do uso excessivo das imagens em 3D em 1995 e a incorporação de um estilo mais minimalista nos últimos anos), quanto da demanda por uma linguagem cada vez mais próxima ao leitor, trazendo jogos de palavras e termos usados popularmente para se referir à ciência. A revista passou por processos de transformação gráfica e estética, os quais se devem também à evolução dos computadores, sabendo como aproveitar o recurso da infografia para aprofundar a informação não somente por meio do texto. Nos últimos anos, pode-se notar que a maior mudança foi nas imagens presentes nos infográficos. A narrativa textual permaneceu com as características incorporadas no decorrer dos anos.

Pode-se concluir também que o infográfico passou de um recurso que ajudava na hora de explicar um texto mais complexo para um produto jornalístico isolado, que cumpre o papel de informar sem a necessidade de ser acompanhado por ou de acompanhar uma matéria. A *Superinteressante* percebeu essa possibilidade e passou a publicar cada vez mais infográficos independentes, maiores e com mais informações. Outra característica evolutiva foi o fato do número de infográficos jornalísticos ter aumentado. Os assuntos abordados por eles deixaram de ser apenas o “como funciona” e passaram a pautas do “aqui e agora”, desenvolvendo acontecimentos e a singularidade dos fatos.

Durante a realização deste trabalho, algumas dificuldades surgiram, a principal delas relacionada à falta de obras em português sobre o tema, o que faz com que muitos autores importantes mundialmente não possam ser inclusos na pesquisa. Terminei o trabalho, alertando para a necessidade de mais pesquisas aprofundadas sobre infografia, que mostrem a importância do recurso para o jornalismo atual. Abro também perspectivas de estudos posteriores em relação ao material infográfico da *Superinteressante*, que é demasiado complexo e grande para um trabalho de conclusão de curso.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- CAIRO, Alberto. *El arte funcional: Infografía y Visualización de Información*. Madrid: Alamut, 2011.
- _____. *Introdução à Visualização de Dados e Infografia*, capítulo 1, 2014. Vídeo-aula do curso Introdução à Visualização de Dados e infografia. Knight Center das Américas. Acesso em: 27 out. 2014.
- CORDEIRO, William R. *Infografia interativa na redação: o exemplo do Diário do Nordeste*. Mossoró, RN: Sarau das Letras, 2013.
- DAMASCENO, Patrícia Lopes. *Design de Jornais: Projeto gráfico, diagramação e seus elementos*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2014.
- DE PABLOS, José Manuel. *Siempre ha habido infografía* (3). Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm>. Acesso em: 28 ago. 2014.
- FÁVERO, Altair Alberto; GABOARDI, Antonio; CENCI, Angelo (Coord.). *Apresentação de trabalhos científicos: normas e orientações práticas*. 5. ed. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2014.
- KANNO, Mário. *Infografe*. São Paulo: Infolide, 2013.
- _____. *Marcos na História da Visualização de Dados*. Disponível em http://euclid.psych.yorku.ca/SCS/Gallery/milestone/historia_infografia.pdf. Acesso em: 13 set. 2008.
- KANNO, Mário; BRANDÃO, Renato. *Manual de Infografia da Folha de São Paulo*. São Paulo: [s. n.], 1998. Disponível em <http://issuu.com/makidea/docs/manual>. Acesso em: 7 ago. 2014.
- MORAES, Ary. *Infografia – história e projeto*. 1ª ed. São Paulo: Blucher. 2013
- NEVES, Nedy Maria Branco Cerqueira. *Códigos de conduta: abordagem histórica da sistematização do pensar ético*. Disponível em: http://www.revistabioetica.cfm.org.br/index.php/revista_bioetica/article/view/59/62. Acesso em: 19 set. 2014.
- PUBLIABRIL. Superinteressante. Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/marcas/superinteressante/revista/informacoes-gerais>. Acesso em: 20 set. 2014.
- REVISTA SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril, n. 1, outubro, 1987.
- _____. n. 45, junho, 1991.

- _____ n. 90, março, 1995.
- _____ n. 140, maio, 1999.
- _____ n. 192, setembro, 2003.
- _____ n. 288, fevereiro, 2011.
- _____ n. 246, dezembro, 2007.
- _____ n. 328, janeiro, 2014.

ROCHA, Elizabeth de Menezes. *A infografia em revista: estudo do infográfico na Superinteressante*. Disponível em: http://www.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic_elizabethdemenezesrocha.pdf. Acesso em: 19 set. 2014.

TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e Jornalismo: Conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2010.