

Aproximação entre a infografia e a cultura popular

Ricardo Jorge de Lucena Lucas

Mestre em Comunicação Social pela UFRJ e Doutorando em Comunicação pela UFPE. Professor do Departamento de Comunicação Social da UFC.

O assunto do qual vamos aqui tratar, aparentemente parece não ter vinculação com o universo da cultura popular: a infografia. Falaremos sobre ela com mais cuidado adiante: por ora, lembraremos que chama-se tecnicamente de infografia a um tipo particular de tratamento da informação (jornalística, científica ou de outra natureza) que se utiliza tanto de recursos textuais quanto visuais e ainda espaciais (diagramação, relações entre as partes de um esquema etc.), a fim de melhor poder se transmitir algo, que ficaria comprometido, se restrito apenas ao texto ou aos recursos visuais (fotografias, desenhos) (figura 1).

alguns autores no campo do jornalismo, ainda que acatada (por exemplo, PELTZER, 1992, p124-5), ou que remeta, em alguns campos do saber, especificamente a produção de imagens de síntese, através de regras lógico-matemáticas, estritamente com o auxílio do computador (BETTETINI, 1993, p65; PLAZA, 1993, p73; VELHO, 2001). Para fins de nossa análise, desconsideraremos essa última acepção; sobre o porquê dessa escolha, falaremos adiante.

Por que discutir a infografia no âmbito da cultura popular? Pelo fato de que essa discussão acaba se centrando num contexto social específico (ligado às tecnologias digitais de comunicação e informação), num momento histórico também específico (a Guerra do Golfo Pérsico, no começo da década de 90). A pesquisadora Irene Machado, por exemplo, lembra que a ausência de informações audiovisuais, no período, sobre o conflito (cujas imagens nas televisões, geralmente, mostravam apenas um céu escuro e, vez ou outra, um clarão dos bombardeios), levou os jornais a tentarem “compensar” essa ausência de informação audiovisual com o uso de infografias.



Figura 1

É importante lembrar que a expressão “infografia”, tradução literal do termo norte-americano “infographics”, que vem de “informational graphics”, não é aceita por

Na ausência de informações mais precisas, os jornalistas tentaram traduzir aquilo que na televisão era ruído e pura especulação. Preencheram, assim, o branco da página [de jornal] com desenhos, diagramas, tabelas, mapas, numa tentativa de ativar as imagens e palavras de algo que não se podia alcançar - afinal, não se permite ao jornal publicar o

seu ruído: a página em branco. Aquilo que a televisão não pôde dizer com fotografia e imagens audiovisuais, o jornal impresso enunciou com infográficos (MACHADO, 2003, p. 103).

Esse é apenas um exemplo. Em outro momento, na década de 80, houve o jornal norte-americano **USA Today**, chamado por muitos de “televisão de papel” por priorizar textos curtos, gráficos e fotos coloridas. Porém, o periódico acabou sendo visto por muitos como um exemplo de superficialidade do jornalismo impresso contemporâneo, ao “priorizar” as imagens em detrimento do texto.

Na verdade, a nosso ver, as condições para a existência da infografia (independente da aceitação desse termo ou não, do ponto de vista histórico), se encontram também no âmbito da cultura popular. É certo que as práticas jornalísticas potencializaram esse tipo de tratamento da informação, mas a origem da infografia, a nosso ver, tem outros antecedentes e outros motivos para existir. Para fins de nossa discussão, restringiremos a noção de cultura popular ao universo social de produções simbólicas que se apóiam tendencialmente nas representações visuais conceituadas por Santaella e Nöth de paradigma pré-fotográfico (1998, p. 157-64), ou seja, de imagens produzidas artesanalmente. Sabemos antecipadamente que essa é uma definição precária, mas ela serve especificamente aos propósitos por nós pretendidos.

Além disso, é importante ter em mente que a infografia se insere no universo daquilo que Verón apropriadamente chama de “feixes textuais”, ou seja, “compostos de uma pluralidade de matérias significantes: escrita-imagem; escrita-imagem-som; imagem-fala etc. São textos, termo que para nós não se restringe à escrita” (VERÓN, 1980, p. 105. Grifo no original). Assim, desde já, para nós, a infografia é também matéria significativa.

A RELAÇÃO ENTRE TEXTO E IMAGEM

Há considerável bibliografia referente às relações entre as linguagens textual e

visual, bem como sobre suas capacidades e restrições. Tentaremos resumir aqui alguns aspectos centrais dessa discussão.

Texto e imagem são matérias distintas. Usando as categorias da segunda tricomia dos signos de Peirce (1995, p. 52-3; p. 63-76), percebemos que toda e qualquer palavra é um símbolo (sua relação com os objetos que representa é convencional), enquanto a imagem pode ser icônica e/ou indicial (ou seja, sua relação com os objetos que representa diz respeito à sua capacidade de poder assemelhar-se ao referente ou de conter traços físicos que atestam a existência concreta desse referente). Nada impede, porém (é importante lembrar), que um mesmo signo ocupe as três “posições semióticas”; na verdade, cremos que nenhum signo escapa a essa tricomia, ou seja: todo signo tende a ser simultaneamente indicial, icônico e simbólico.

A imagem (desenhada ou fotografada, seja analógica ou digital) de um gato terá potencialmente traços e/ou elementos que remeterão, por semelhança ou por contigüidade física ao gato imaginado (universal) ou real (específico), e que também tendem a ser sempre reconhecidos como sendo os traços de um gato (até prova em contrário, esse milenar animal existe em todo o mundo e todo o mundo é passível de reconhecer um gato). Já a relação simbólica entre o bichano e as palavras irá sempre variar (gato, cat etc.).

Assim, a imagem mostra iconicamente algo, a palavra denomina simbolicamente algo que está “ausente”. Essa distinção é importante, porque leva à (falsa) crença de que o consumo de imagens é universal, portanto mais “fácil” do que o uso das palavras. Ora, o fato de qualquer pessoa tender a perceber um gato numa imagem é mais reflexo da existência do animal em quase todo o globo, do que da transmissão de um conteúdo informativo novo. Basta que mostremos em um país qualquer a imagem de um animal que exista e que seja conhecido apenas no Brasil, para que nosso interlocutor pergunte logo: “o que é isso?” ou coisa parecida. Diz Gubern que:

A função comunicativa mais relevante da representação icônica é sua função ostensiva (do latim, ostendere: mostrar, exibir, apresentar), enquanto a função comunicativa mais pertinente da palavra é indutiva (no sentido de induzir ou desencadear uma conceitualização ou representação na consciência do sujeito) (GUBERN, 1987, p. 52. Grifos no original).

Além disso, a palavra designa categorias como um todo, exceto quando ela tem seu sentido precisado. A imagem indicial de um cão, antes de mais nada, remete àquele cão registrado, que tem ou teve existência física; a palavra "cão", por sua vez e isoladamente, pode remeter a qualquer cão que possamos imaginar.

Aqui, porém, cabe uma outra consideração: a imagem indicial atesta a existência daquele referente específico. A foto de um cão, ainda que pretenda ter o efeito de enciclopédia (ou seja, mostrar o que é um cão e associá-lo a uma palavra), representará especificamente aquele cão. Uma imagem icônica e não-indicial (desenho ou imagem digital), por sua vez, tende a representar potencialmente todos os cães. Cabe lembrar ainda que os traços do desenho são uma convenção: no exemplo, acima, o do gato, é preciso ter em mente que os modos pelos quais ele pode ser desenhado também irá variar de cultura para cultura - pensemos, por exemplo, no famoso rinoceronte de Albrecht Durer, de 1515. Para mais detalhes sobre traço e convenção, ver Eco, 1991, p. 97-121).

Dissemos que a imagem mostra algo, enquanto a palavra denomina algo que pode estar "ausente". Essa outra distinção é também importante pelo fato de nos conduzir a uma segunda idéia lógica: se a imagem mostra "algo", esse "algo" só pode ter existência concreta; se a palavra denomina algo que pode estar "ausente", esse "ausente" pode ser tanto concreto quanto abstrato. Assim, a imagem só pode mostrar aquilo que é da ordem da existência concreta, enquanto a palavra denomina o que é da ordem do concreto e/ou do abstrato. Nesse ponto, temos um dos déficits da imagem: ela não se presta à transmissão de idéias

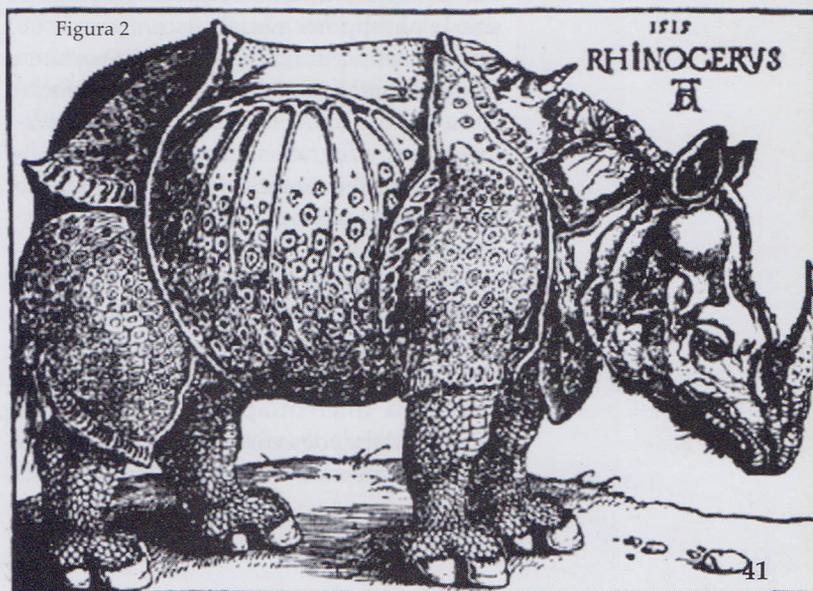
abstratas, ao passo que o texto tanto pode transmitir idéias abstratas e concretas.

Em contrapartida, se queremos dizer a algum estrangeiro como é um animal que só exista no Brasil, ou como é o Pão de Açúcar no Rio de Janeiro, podemos optar por descrevê-los textualmente ou, o que é bem mais fácil, mostrar imagens suas. Aqui, temos um dos déficits do texto em relação à imagem: ela descreve melhor, e de modo sintético, aquilo com o qual gastaríamos dezenas ou centenas de palavras para descrever textualmente. É tão impossível expor com imagens icônicas o conteúdo da Crítica da Razão Pura, de Kant, como transmitir com palavras as qualidades icônicas de um primeiro plano de Greta Garbo (GUBERN, 1987, p. 52).

O que relaciona texto e imagem é, muitas vezes, uma relação de complementaridade, na medida em que ambos apresentam déficits específicos. Por isso é comum que livros de Filosofia ou qualquer área do saber, tida como abstrata, possam vir sem ilustrações, ao passo que matérias textuais jornalísticas ou publicitárias não podem abrir mão dessa relação entre texto e imagem.

Finalizando essa rápida discussão, vale a pena remeter o leitor às considerações de Metz:

A oposição brutal do visual e do verbal é simplificadora, pois exclui todos os casos de interseção, de sobreimpressão ou



de combinação (...). É parcial e regional, pois esquece todas as significações que, em princípio, não são nem propriamente lingüísticas nem propriamente visuais. (...) Frequentemente, refletir sobre a imagem não consiste em produzir imagens, mas sim em produzir palavras (METZ, 1973, p. 17. Primeiro grifo no original, segundo grifo nosso).

As palavras de Metz são importantes: texto e imagem não são opostos, uma vez que um remete ao outro e vice-versa. Basta pensarmos nas imagens mentais que criamos quando da leitura de um romance e, por outro lado, que criamos palavras ao nos indagarmos sobre uma dada imagem ("o que é isso?" ou "o que significa?" são expressões bem recorrentes numa exposição de quadros, por exemplo, mas também podem ocorrer processos semióticos: "isso é X" ou "o autor pretendeu dizer Y com essa obra").

TEXTO, IMAGEM E INFOGRAFIA

Falamos rapidamente até o momento da relação entre texto e imagem (particularmente das fotografias analógicas) quando essas duas instâncias ocupam "aparentemente" espaços distintos (pense-se nas expressões "espaço do texto jornalístico" e "espaço da foto", comuns nas discussões sobre diagramação de páginas de jornal nas redações). Há, porém, circunstâncias em que tanto texto quanto imagem são insuficientes. É quando a descrição textual necessita de um suporte visual e vice-versa. Estamos no âmbito da infografia. É importante lembrar que, no jornalismo, a interrelação entre texto e imagem não se dá exclusivamente nas infografias: há também os gráficos, mapas, ilustrações etc., além da relação entre foto e legenda.

Vimos que o texto pode descrever elementos da ordem do concreto e do abstrato, enquanto a imagem só pode descrever elementos concretos. É preciso, porém, fazer uma diferenciação de outra ordem: as potencialidades dos diferentes tipos de imagem (indicial e icônica). Uma dessas

diferenciações decorre do próprio fato de elas serem indiciais ou icônicas. A imagem indicial, por ser ligada fisicamente àquilo que pretende representar, precisa que tanto o referente quanto o fotógrafo estejam um diante do outro num exato e dado momento; ou seja: não pode haver representações indiciais de seres mitológicos ou lendários. A imagem icônica, por sua vez, não necessita desse momento e permite a materialização, através do traço, por exemplo, de seres fantásticos.

Outra diferença é o fato de que certos elementos ou fenômenos dificilmente podem ser representados em imagens analógicas. Pensemos nos processos biológicos, astronômicos, geológicos ou históricos, cujo testemunho é impossível, por parte do jornalista e do fotógrafo, porque se dão em situações microscópicas, macroscópicas, espaciais e temporais adversas. Aqui, o uso da imagem icônica torna-se fundamental, pois permite reconstituir visualmente algo fisicamente impossível de ser testemunhado.

Finalmente, há outro aspecto importante na infografia: seu caráter de interrelacionar diferentes elementos. Tomemos como exemplo o mapeamento do código genético humano. Por melhor que seja o texto descritivo, ele será insuficiente diante de uma ilustração mostrando como se dão os processos genéticos; o texto visual, por sua vez, terá dificuldades em denominar os elementos químicos (existentes na natureza, mas invisíveis a "olhos nus") que estão em jogo nesse processo. Percebe-se, assim, a necessidade de se estabelecer vínculos semióticos entre aquilo que se mostra iconicamente e o conceito textual atrelado a ele.

Peltzer propõe a seguinte divisão para as infografias: de vista (plano, corte, perspectiva, panorama); gráficos explicativos (causa-efeito, retrospectivo, antecipativo, passo a passo e fluxo); e reportagem (realista e simulado) (1992, p. 130-5). Aqui, há três aspectos em jogo: 1) a infografia de vista pretende mostrar um dado elemento da realidade, no todo ou em suas partes, de modo externo e/ou interno, mostrando-se proporções, pormenores e explicações; 2)

o gráfico explicativo centra sua funcionalidade nos aspectos temporais de um evento, potencialmente através de seqüências de ilustrações ou de temporalidade sugerida pelo uso de textos e números; e 3) a infografia de reportagem designa o relato informativo e visual de um fato.

Percebe-se que, nas infografias de vista e gráficos explicativos, a relação entre texto e imagem é necessária em virtude de um outro aspecto: o relacional, seja ele espacial ou temporal. Aqui, não basta mais a descrição (textual ou visual) de um elemento, mas as relações que as partes de um objeto ou as temporalidades de um dado evento mantêm entre si. Disso já falava Peirce no que diz respeito aos diagramas, segundo ele, uma subdivisão dos hipoícones:

Os [hipoícones] que representam as relações, principalmente as diádicas, ou as que são assim consideradas, das partes de uma coisa através de relações análogas em suas próprias partes, são diagramas (...) Muitos diagramas não se assemelham, de modo algum, com seus objetos, quanto à aparência; a semelhança entre eles consiste apenas quanto à relação entre suas partes (PEIRCE, 1995, p. 64-6. Grifo no original)

A definição de Peirce é clara, ainda que necessite de explicações. O autor refere-se particularmente em sua explanação a expressões matemáticas e diagramas simples, os quais são ícones porque trazem à tona as relações que os termos mantêm entre si, não porque se utilizam de ícones em sua constituição visual. A definição de Peirce não se refere explicitamente ao uso de ícones na estrutura do próprio diagrama (como ocorre, por exemplo, num manual de instruções, para montar um liquidificador, por exemplo, ou num livro de biologia), mas em nenhum momento ele explicita que isso não possa ocorrer. Percebe-se, assim, que a relação entre texto e imagem pode extrapolar o aspecto da simples articulação entre palavras que denominam e coisas que são denominadas, bem como também extrapola o âmbito do jornalismo.

INFOGRAFIA E CULTURA POPULAR

Dissemos no começo que, em alguns autores (BETTETINI, 1993; PLAZA, 1993; VELHO, 2001), a noção de infografia está diretamente relacionada ao fato de ela ser produzida eletronicamente com o auxílio de computadores. Ora, essa definição não nos interessa aqui, pelo fato de restringir a noção de infografia ao seu suporte (no caso, o eletrônico), o que cria um paradoxo: o de se falar em infografia no jornalismo impresso, suporte no qual não há interatividade (pelo menos não no sentido maquínico do termo).

É preciso lembrar que, na esfera da Internet, a existência de softwares (como o Macromedia Flash) permite conjugar textos com imagens em movimento e oferece, em alguns momentos, a possibilidade de intervenção por parte do usuário, criando aquilo que o espanhol Alberto Cairo (2003), também editor de infografia do site espanhol El Mundo. E, chama de "infografia interativa". Um bom exemplo disso é proposto no referido site: uma infografia que mostra como o DNA atua no corpo humano (EL MUNDO, 2003), o qual foi feito a partir de informações científicas extraídas de livros de Bioquímica.

De nossa parte, preferimos adotar a acepção de Peltzer, que prefere o termo mensagem iconográfica (1992, p124-5) para designar todo e qualquer conjunto de gráficos informativos que se utilizam de códigos textuais e visuais. Essa noção se aplica, quando percebemos o que o autor argentino pretende quando fala das modificações tecnológicas e profissionais, decorrentes da expansão da digitalização e da informática.

Um PC é simultaneamente editor, máquina de escrever, arquivo, câmara escura, mesa de desenho, unidade fotográfica, paginador... e o jornalista pode ser simultaneamente cronista, redactor, grafista, fotógrafo, revisor, fotocompositor e paginador (Peltzer, 1992, p. 13. Grifos nossos).

Peltzer chama a atenção para o fato de que uma mesma pessoa poder fazer várias

das funções que um PC oferece, mas sua preocupação é também para o alfabetismo visual.

Parece evidente que a visualidade, que é como que o alfabetismo gráfico ou visual e poderia definir-se como a capacidade de interpretar e manipular mensagens visuais, é uma aptidão que se desenvolveu rapidamente no público da civilização da imagem. A tendência é precisamente gráfica, mais visual que literal; entender as coisas fácil e rapidamente, num relance, por mais complexas que elas sejam (PELTZER, 1992, p. 13. Grifo no original).

Devemos interpretar com cuidado as palavras de Peltzer. Se é fato que cada vez mais estamos cercados de imagens (analógicas, digitais, fixas ou em movimento), isso não significa que estamos abrindo mão de uma "civilização da escrita". Conforme dissemos antes, consumir imagens significa, de algum modo, produzir também palavras. Imagem e palavra "ancoram-se" (para usarmos uma expressão de Barthes).

Ao admitirmos a expressão "mensagem iconográfica", precisamos lembrar a contribuição dos estudos de iconologia de Erwin Panofsky (1986), que fala sobre os significados convencionais existentes em cada sociedade, cada cultura e cada tempo. Isto nos interessa: uma vez que tratamos a mensagem iconográfica como um modelo de tratamento textual e visual de um certo conjunto de informações, torna-se secundário pensar se ela foi criada eletrônica ou artesanalmente. Mais importante é perceber qual o papel significante que ela desempenha no âmbito de uma dada cultura, e quais elementos textuais e visuais ela irá mobilizar.

O conjunto das figuras 3 e 4, a seguir, ilustra bem o que estamos tentando mostrar. Extraída de uma edição fac-símile do *Lunario Perpetuo* do valenciano Gerónimo Cortés (1760, edição espanhola), ela mostra como se constitui a relação homem (corpo)-natureza (astros): de um lado, a explicação textual; de outro, a ilustração interrelacionando as partes do corpo humano com os astros (lado esquerdo) e os signos do horó-

scopo (lado direito).

Nesse caso, percebe-se, de um lado, um conjunto de elementos visuais (que representam os signos do horóscopo) que aparentemente podem substituir sem problema seus "equivalentes textuais" (as palavras "áries", "touro" etc.), ou seja: signos convencionados até os dias de hoje. Por outro lado, a representação visual dos astros remete a apenas três tipos de desenho: o Sol, a Lua e as figuras que simbolizam os planetas. Essa representação visual é complicada, mesmo nos dias de hoje: à exceção da Terra e de Saturno com seus anéis, cujas imagens - indiciais ou icônicas - estão constantemente presentes em desenhos animados. HQs e outros tipos de representações visuais do sistema solar, os demais planetas representados no esquema (Marte, Vênus, Júpiter e Mercúrio) ou não apresentam elementos visuais que os distingam dos demais ou, se apresentam, esses elementos não fazem parte de nossa cultura visual. O uso do texto, assim, torna-se fundamental para a compreensão da mensagem iconográfica, mas, ao mesmo tempo, é necessária uma articulação relacional entre todos os elementos representados na figura.

Poderíamos ainda expor algumas idéias, mas uma rápida comparação visual com a infografia feita especificamente para sites jornalísticos, para encerrar aqui nossa explanação, do ponto-de-vista histórico e semiótico.

Esperamos poder, de algum modo, ter iniciado uma discussão, envolvendo a produção de mensagens iconográficas, independente do fato de que a informática contemporânea possibilite esse tipo de construção. É certo que há outros elementos em jogo (como a circulação, a recepção e o aspecto discursivo dessas mensagens); por outro lado, esperamos futuramente poder dar seqüência a esse tema, aprofundando tanto a análise com um corpus estatisticamente mais relevante, quanto com mais subsídios teóricos referentes ao assunto e, enfim, ampliando o conceito de cultura popular no âmbito dessas produções.

DEL DOMINIO DE LOS PLANETAS
en el cuerpo humano.

Saturno.	El brazo.
Marte.	La hiel.
Venus.	Los riñones.
Luna.	La cabeza.
Jupiter.	El higado.
Sol.	El corazon.
Mercurio.	El pulmon.

figura 3

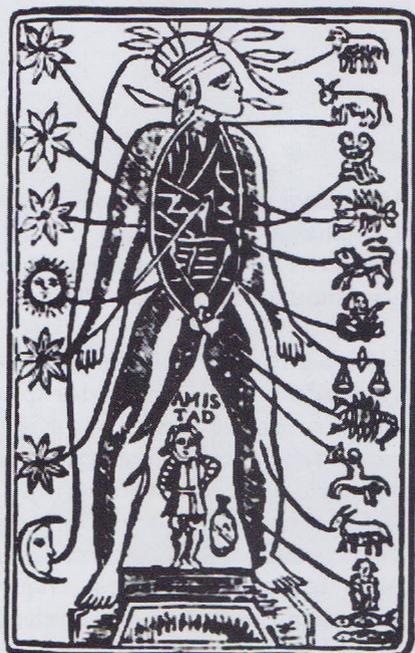


figura 4

Efeitos colaterais dos esteróides

O doping pode alterar mais que o desempenho do atleta

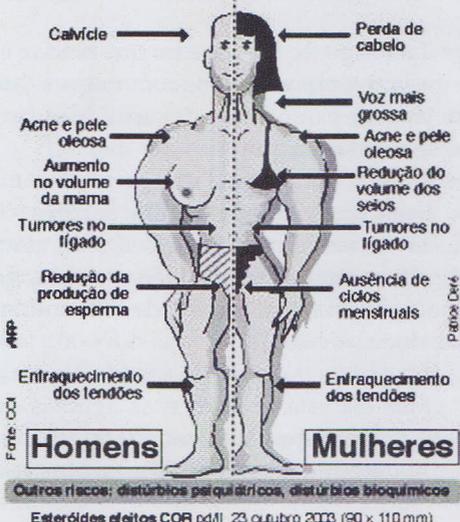


figura 5

REFERÊNCIAS

BETTETINI, Gianfranco. "Semiótica, Computação Gráfica e Textualidade". In: PARENTE, André. *Imagem-Máquina - a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

CAIRO, Alberto. "Reflexiones sobre dos Encuentros". In: *Peridismo Visual e Infografia - weblog sobre infografía y diseño periodístico*. Postado em 23 de janeiro de 2003 [online] (<http://infografista.blogspot.com/>). Acessado em 28 de agosto de 2003.

ECO, Umberto. *A Estrutura Ausente*. 7. ed., São Paulo: Perspectiva, 1991.

GUBERN, Román. *La Mirada Opulenta - exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MACHADO, Irene. "Infojornalismo: uma mídia expandida". In: *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*. São Leopoldo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Centro de Ciências da Comunicação, vol. V, n. 1, junho, 2003.

METZ, Christian. "Além da Analogia, a Imagem". In: *VVAA. A Análise das Imagens*. Petrópolis, Vozes.

PANOFSKY, Erwin. *Estudos de Iconologia - temas humanísticos na arte do renascimento*. Lisboa: Imprensa Universitária / Estampa, 1986.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. 2. ed., São Paulo: Perspectiva, 1995.

PELTZER, Gonzalo. *Jornalismo Iconográfico*. Lisboa: Planeta, 1992.

PLAZA, Julio. "As Imagens de Terceira Geração, Tecno-Poéticas". In: PARENTE, André. *Imagem-Máquina - a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993, pp. 72-88..

SANTAELLA, Lucia & NÖTH, Winfried. *Imagem - cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.

VELHO, Ana Paula Machado. *A Infografia na Mediação Cientista x Jornalista - uma análise introdutória*. Trabalho apresentado na INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande, setembro, 2001 [online]. (<http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np15/NP15VELHO.pdf>). Acessado em 19 de abril de 2004.

VERÓN, Eliseo. *A Produção de Sentido*. São Paulo: Cultrix, 1980.

SITES JORNALÍSTICOS CONSULTADOS

ElMundo. "Descifrar la Vida". In: El Mundo, Madri, 2003 [online] (http://www.elmundo.es/especiales/2003/02/salud/genetica/descifrar_la_vida.html)