



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**

**ANA LUIZA BRAGA DE SOUZA**

**ANÁLISE SEMIÓTICA COMPARATIVA: INFOGRAFIAS DO *NEXO JORNAL* E DE  
OUTROS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO SOBRE A MESMA TEMÁTICA**

**FORTALEZA – CE**

**2020**

ANA LUIZA BRAGA DE SOUZA

**ANÁLISE SEMIÓTICA COMPARATIVA: INFOGRAFIAS DO *NEXO JORNAL* E DE  
OUTROS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO SOBRE A MESMA TEMÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do diploma no Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Ceará - UFC.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas.

FORTALEZA – CE

2020

ANA LUIZA BRAGA DE SOUZA

ANÁLISE SEMIÓTICA COMPARATIVA: INFOGRAFIAS DO *NEXO JORNAL* E DE  
OUTROS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO SOBRE A MESMA TEMÁTICA

Monografia apresentada ao Curso de  
Comunicação Social - Jornalismo da  
Universidade Federal do Ceará, como requisito  
parcial para obtenção do título de Bacharel em  
Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovada em: 03/11/2020

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profª Dra. Gabriela Frota Reinaldo  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. José Riverson Araújo Cysne Rios  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Ao meu pai (*in memoriam*), à minha mãe e às  
minhas irmãs.

## AGRADECIMENTOS

A Deus pela vida que Ele me concedeu. À minha família, por todo esforço investido na minha educação. Em especial, ao meu pai, Antônio Carlos (*in memoriam*) e à minha mãe, Zuleide, pelo apoio e incentivo que serviram de base para as minhas realizações. Às minhas irmãs, Ana Clara e Ana Rosa, pela amizade e apoio que me deram quando eu precisei. Ao meu namorado, Italo, que esteve ao meu lado durante a conclusão deste percurso.

Ao meu professor-orientador, Ricardo Jorge, pelo tempo e confiança depositada na minha pesquisa. Obrigado por me manter motivada durante todo o processo. As suas indicações e conselhos fizeram toda a diferença. Ao corpo docente da Universidade Federal do Ceará (UFC). Gratidão a todos os professores que refletem o compromisso com a qualidade e excelência do ensino.

Aos meus colegas de graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), da Universidade de Fortaleza (Unifor) e da Universidade Federal do Ceará (UFC), que me acompanharam nos últimos 5 anos sempre com o espírito da amizade.

## RESUMO

Os infográficos se popularizaram no jornalismo nos últimos 38 anos, a partir da introdução de computadores nas redações, nos anos 1980. Além disso, o avanço da Internet, nos anos 90, promoveu o acesso às informações de maneira mais imediata e visual. Atualmente, dispositivos multimídia, como GIFs, vídeos em 360° e visualização de dados interativas, possibilitam animação e interatividade aos infográficos jornalísticos. Dessa forma, neste Trabalho de Conclusão de Curso nos interessamos pela utilização dos infográficos no jornalismo. Ao buscar por organizações jornalísticas que valorizam a utilização desse recurso, encontramos um jornal completamente digital que dá prioridade a forma visual de apresentação dos fatos, o *Nexo Jornal*. Em 2018 e 2019, o veículo de jornalismo brasileiro, com sede em São Paulo - SP, alcançou o título de “medalha de bronze” no Prêmio Internacional de Infografia Malofiej, considerado o “Pulitzer da infografia”. Dentro das Teorias da Comunicação e do Jornalismo, que podem ser utilizadas para explicar e analisar os infográficos, nos encontramos com a Semiótica. Assim, a metodologia da pesquisa realizada consiste em uma análise semiótica comparativa. Buscamos comparar as infografias do *Nexo* à produções de outros veículos de comunicação que abordem a mesma temática. O corpus de análise selecionado é composto por quatro infográficos jornalísticos do *Nexo* e quatro infografias semelhantes de outros veículos de comunicação: *Uol Esportes*, *Revista Época*, *Gazeta do Povo* e *GI*. A análise realizada segue os parâmetros teórico-metodológicos de aplicação da Semiótica, de Lúcia Santaella (2005). Concluimos, ao fim deste trabalho, que a maior parte das infografias analisadas do *Nexo Jornal* possui um grande potencial de informativo, apresentando as informações de forma visual, clara, objetiva e aprofundada. Uma vez que em linhas gerais, trabalham elementos textuais e imagéticos com o objetivo de melhorar a compreensão da mensagem jornalística.

**Palavras-chave:** Infografia jornalística. *Nexo Jornal*. Análise Semiótica.

## ABSTRACT

Infographics have become popular in journalism in the last 38 years, since the introduction of computers in newsrooms in the 1980s. In addition, the advancement of the Internet in the 1990s, promoted access to information in a more immediate and visual way. Currently, multimedia devices, such as GIFs, 360° videos and interactive data visualization, provide animation and interactivity to infographics. Thus, in this research we are interested in the use of infographics in journalism. When looking for journalistic organizations that value the use of this resource, we found a completely digital newspaper that gives priority to the visual presentation of the facts, the *Nexo Jornal*. In 2018 and 2019, the Brazilian journalism vehicle, based in São Paulo - SP, achieved the title of “bronze medal” in the International Infographics Award - Malofiej, considered the “Pulitzer of infographics”. Within the Theories of Communication and Journalism, which can be used to explain and analyze infographics, we choose the Semiotics. Thus, the research methodology consists of a comparative semiotic analysis. We seek to compare *Nexo's* infographics to other media infographics that address the same theme. The selected analysis corpus consists of four *Nexo's* infographics and four similar infographics from other media: *Uol Esportes*, *Época Magazine*, *Gazeta do Povo* and *GI*. The analysis follows the theoretical and methodological parameters of application of Semiotics, by Lúcia Santaella (2005). We conclude, at the end of this work, that most of the analyzed infographies of *Nexo Jornal* have a great informative potential, presenting the information in a visual, clear, objective and deep way. Once in general lines, textual and image elements work with the objective of improving the understanding of the journalistic message.

**Keyword:** Infographics. *Nexo Jornal*. Semiotic Analysis.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. ESTADO DA ARTE	6
2.1 Infografia	7
2.2 Nexo Jornal	12
2.3 Semiótica	14
2.4 Infografia + Nexo Jornal + Semiótica	17
3. INFOGRÁFICOS: UMA BREVE REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	21
3.1 História	23
3.1.1 A Infografia no Brasil	25
3.2 Infográfico Jornalístico	30
3.2.1 Cobertura de Notícias	36
3.2.1 O Processo de Criação	38
3.3 Infográfico Digital	41
3.3.1 Interação	43
3.3.2 O Infográfico como Ferramenta	46
4. NEXO JORNAL	48
4.1 Apresentação	48
4.2 A Seção “gráfico” do Nexo Jornal	57
4.3 A Equipe de produção da seção “Gráficos” do Nexo Jornal	59
4.3.1 Equipe de Dados	60
4.3.2 Equipe de Infografia	61
4.4 O Processo de Produção	62
5. SEMIÓTICA	64
5.1 Semiótica Peirceana	66
5.2 Peirce, o cientista e a obra	68
5.3 Semiótica Aplicada	71
5.3.1 Fenomenologia	71
5.3.2 Primeiridade, Secundidade, Terceiridade	73
5.3.3 O que dá fundamento ao Signo: o signo em si	75
5.3.4 Classificação dos signos: quali-signo, sin-signo, legi-signo	77
5.3.5 A que os signos se referem: objeto	78
5.3.6 Objeto Dinâmico e Imediato	78
5.3.7 Tipos de Objeto Imediato: ícone, índices, símbolos	79
5.3.8 Como os signos são interpretados: interpretante	81
6. ANÁLISE SEMIÓTICA	82
6.1 Corpus de Análise	82

6.2 Infográficos seleccionados	89
6.3 Percurso para Aplicação	111
6.4 Análises Semióticas Comparativas	114
6.4.1 Infografias sobre Lionel Messi vs Cristiano Ronaldo	114
6.4.1.1 Messi ou Cristiano Ronaldo? As votações da FIFA desde 2007	114
6.4.1.2 Duelo de Gigantes	116
6.4.1.3 Aprofundamento das análises	118
6.4.2 Infografias sobre baleias no Brasil	120
6.4.2.1 Quais as são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir	120
6.4.2.2 No rastro dos gigantes	122
6.4.2.3 Aprofundamento das análises	123
6.4.3 Infografias sobre Eleições presidenciais de 2018	124
6.4.3.1 Como o Brasil votou para presidente, em mapas	124
6.4.3.2 Mapa eleitoral de presidente por estado no 1º turno	126
6.4.3.3 Aprofundamento das análises	128
6.4.4 Infografias sobre os tipos de testes para detectar a infecção por coronavírus	129
6.4.4.1 Quais os testes para detectar o coronavírus e como funcionam	129
6.4.4.2 Diferenças entre PCR e teste rápido	131
6.4.4.3 Aprofundamento das análises	133
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>134</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>139</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Os infográficos se popularizaram no jornalismo nos últimos 38 anos, a partir da introdução de computadores nas redações, nos anos 1980. Os avanços tecnológicos possibilitados por programas de edição de imagem e de diagramação das páginas dos jornais levaram a utilização desta forma visual de narrar os acontecimentos jornalísticos, de maneira mais ou menos similar a que conhecemos hoje.

Além disso, o avanço da Internet, nos anos 90, promoveu o acesso às informações de maneira mais imediata e visual. Atualmente, dispositivos multimídia inseridos em *sites* de notícias, como GIFs, vídeos em 360° e visualização de dados interativas, possibilitam animação e interatividade aos infográficos jornalísticos.

Dessa forma, este Trabalho de Conclusão de Curso tem como tema os infográficos jornalísticos. A escolha desse tema se deu a partir da observação das páginas impressas de um jornal local. Neste veículo, a organização dos textos em colunas é predominante, fotografias e ilustrações são utilizadas, porém são poucos os exemplos de aplicação de infográficos. A partir daí, surgiram dúvidas sobre os infográficos e como são utilizados atualmente. Quais as definições e história recente dos infográficos?

As infografias podem ser encontradas em jornais, revistas ou livros didáticos, em formato informativo, que combina graficamente texto e imagem em uma única produção. Os infográficos jornalísticos são aqueles que semioticamente reproduzem e explicam acontecimentos, acidentes; demonstram como ocorre um procedimento que esteja em pauta; e revelam quais foram os fatos que levaram a um determinado acontecimento (TEIXEIRA, 2010), baseados nos critérios de noticiabilidade e de temporalidade jornalísticas (LUCAS, 2010).

Assim, a infografia no jornalismo tem que utilizar de forma combinada a narrativa e construção da notícia jornalística e os recursos imagéticos para a construção e compreensão total das informações, dados e fatos apresentados naquela peça gráfica. O aporte teórico utilizado para entender esta linguagem foram as definições e tipificações dos infográficos jornalísticos, conforme Alberto Cairo (2008), Tatiana Teixeira (2010), Valero Sancho (2001), José de Pablos (1999) entre outros.

Ao buscar por organizações jornalísticas que valorizam a utilização dos infográficos, encontramos jornais e revistas brasileiros que são considerados pioneiros na utilização desses recursos no jornalismo impresso. Veículos de comunicação como os jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, e revistas, como *Superinteressante* e *Mundo Estranho*, fazem parte da história da infografia brasileira.

Também encontramos um jornal completamente digital que dá prioridade a forma visual de apresentação dos fatos, o *Nexo Jornal*<sup>1</sup>. Em 2018 e 2019, o *Nexo Jornal*, veículo de jornalismo digital brasileiro, com sede em São Paulo - SP, alcançou o título de “medalha de bronze” no Prêmio Internacional de Infografia Malofiej, considerado o “Pulitzer da infografia”.

O Malofiej<sup>2</sup> é uma premiação que existe desde 1993, organizada pela Society for News Design (SND), uma organização internacional de designers, infógrafos, ilustradores, em conjunto e a Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, na Espanha. O primeiro Malofiej conquistado pelo *Nexo* foi uma condecoração dada ao veículo na categoria “Portfólio” e a segunda menção ao jornal digital foi dada a um conjunto de gráficos sobre as Eleições 2018, na categoria “Cobertura planejada digital”.

Assim, *Nexo Jornal* foi reconhecido como um destaque na visualização de dados e infografia a nível internacional. Desde sua criação, em 2015, o jornal busca utilizar o recurso visual da infografia para apresentar a informação jornalística e a visualização de dados como

---

<sup>1</sup> Link para o *Nexo Jornal*: <https://www.nexojournal.com.br/>

<sup>2</sup> Link para o Malofiej: <https://www.malofiejgraphics.com/>

“explicações precisas sobre os fatos do Brasil e do mundo”. Tanto é que o veículo dedica uma seção exclusiva de sua interface para os infográficos do jornal, chamada de “Gráficos”.

Logo, nos perguntamos: como são feitos os infográficos dentro do *Nexo*? Assim, delimitamos os infográficos jornalísticos do *Nexo Jornal*, como objeto de pesquisa. Dentro das Teorias da Comunicação e do Jornalismo, que podem ser utilizadas para explicar e analisar os infográficos, nos encontramos com a Semiótica.

Daí surgiu a indagação: em que a Semiótica pode ajudar no olhar sobre as infografias? Assim, utilizamos esta teoria para desenvolver uma análise comparativa dos infográficos jornalísticos do *Nexo Jornal* e de outros veículos de comunicação sobre a mesma temática.

Assim, neste Trabalho de Conclusão de Curso, gostaríamos de responder às seguintes perguntas: o que são infográficos? Como são os infográficos do *Nexo Jornal*? Quando comparamos um infográfico do *Nexo* e de outro veículo, sob o olhar da Semiótica de Peirce, qual tem maior potencial informativo?

A hipótese inicialmente levantada seria que os infográficos do *Nexo* **possuem** maior potencial informativo em relação à infográficos de outros jornais e revistas sobre o mesmo tema. Assim sendo, auxiliam o leitor na interpretação dos fatos, informações e dados jornalísticos.

A metodologia da pesquisa consiste em uma análise semiótica comparativa. Buscamos comparar produções do *Nexo* a produções de outros veículos de comunicação que abordem a mesma temática. O *corpus* de análise é composto por quatro infográficos jornalísticos do *Nexo* e quatro infografias semelhantes de outros veículos de comunicação: *Uol Esportes*, *Revista Época*, *Gazeta do Povo* e *GI*.

A seleção da amostra dos infográficos jornalísticos foi feita a partir da tipificação proposta de infográficos jornalísticos pela pesquisadora Tatiana Teixeira (2010). Já a coleta

dos infográficos foi realizada entre as matérias disponíveis da Seção “Gráficos” do *Nexo Jornal* e matérias sobre a mesma temática entre outros veículos de comunicação.

A análise segue os parâmetros teórico-metodológicos de aplicação da Semiótica, de Lúcia Santaella (2005). Assim, primeiro apresentamos os infográficos a serem analisados separadamente, buscamos elementos em comum em ambas as produções e, por fim, traçamos uma análise semiótica aprofundada de cada infografia. Ao fim desse percurso, podemos afirmar qual das produções tem maior potencial informativo.

Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa é: analisar de modo comparativo o potencial informativo, através da Semiótica de Peirce, dos infográficos produzidos pelo *Nexo Jornal* e por outros veículos de comunicação.

E alguns objetivos específicos são:

1. Revisar as definições sobre infografia e sua história recente;
2. Explicar quais são as características dos infográficos jornalísticos e digitais;
3. Apresentar o *Nexo* como um veículo de comunicação, sua política editorial;
4. Apresentar a equipe de infografia e sua rotina produtiva;
5. Revisar a Semiótica como teoria e metodologia do TCC;
6. Descrever os processos metodológicos e conceitos da Semiótica Aplicada;
7. Comparar, semioticamente, os infográficos do *Nexo* a produções de outros veículos de comunicação;
8. Avaliar a partir dos resultados das análises, se as produções possuem maior ou menor potencial informativo.

Com essa pesquisa gostaríamos de salientar que os infográficos jornalísticos sempre devem funcionar como explicação da realidade. No entanto, na análise comparativa entre uma produção do *Nexo* e de outro veículo de comunicação a respeito de uma mesma temática, queremos investigar se o *Nexo* produz infografias que possam ser consideradas semioticamente informativas.

A forma de apresentação dos resultados se dá textualmente ao final do trabalho. Distinguindo as infografias do *Nexo* e dos outros veículos entre as que possuem maior ou menor potencial informativo.

Para entender as relações entre os infográficos, *Nexo Jornal* e Semiótica, o Capítulo 2 apresenta um Estado da Arte, onde podemos encontrar as pesquisas que abrangem essas temáticas em diferentes plataformas acadêmicas.

O Capítulo 3 aborda a Infografia, sua história, as características dos infográficos jornalísticos, as classificações dessa linguagem, como eles são produzidos, etc, ou seja uma breve revisão bibliográfica..

O Capítulo 4 traz o objeto de pesquisa deste Trabalho: o *Nexo Jornal*. Discutimos sobre sua criação, política editorial, equipe do veículo, a seção “Gráficos”, processo produtivo, etc.

O Capítulo 5 apresenta o aparato teórico-metodológico da Semiótica. Nele trazemos as bases teóricas para aplicação, que são: definição de semiótica e conceitos importantes para esta ciência, como a fenomenologia. Apresentamos as noções de signo, objeto, interpretante. E, por fim, tratamos do percurso de aplicação da Semiótica.

Já o Capítulo 6 mostra o *corpus* de análise, quais e quantas são as infografias do *Nexo* e como foram escolhidas. Neste capítulo há também a apresentação das infografias dos outros veículos. Para, então, apresentar os procedimentos de análise e desenvolver as análises em si. Após isso, discutimos a respeito das considerações finais.

## 2. ESTADO DA ARTE

Este levantamento, realizado através de um Estado da Arte, tem por objetivo o reconhecimento dos estudos realizados nas áreas que envolvem a temática estudada nesta pesquisa: infografia; *Nexo Jornal*, Semiótica. A investigação sobre o tema e o objeto de pesquisa deste trabalho permite a identificação de quais estudos trabalham com esta interseção dentro da área da comunicação. Para tanto, utilizando as palavras-chave que norteiam este trabalho, realizamos uma pesquisa em plataformas de armazenamento de trabalhos científicos.

As palavras-chave utilizadas neste Estado da Arte foram: infografia; *Nexo Jornal*, Semiótica, além de suas variações. Para estes conceitos-chave há três combinações possíveis, são elas: infografia + *nexo jornal*; infografia + Semiótica; *nexo jornal* + Semiótica. Vale destacar que na monografia aqui apresentada, os termos “infografia” e “infográficos” são utilizados como sinônimos, embora alguns autores apontem diferenças entre os termos (TEIXEIRA, 2010).

Escolheu-se pesquisar os temas separadamente, em um momento inicial. Ressalta-se ainda que tanto a infografia quanto a Semiótica são temáticas interdisciplinares. Isto significa que em qualquer busca os resultados são muito abrangentes, por isso, neste levantamento foram necessárias desde a inclusão de filtros para a área de comunicação, até a inclusão de outras palavras, que auxiliaram a especificar o objetivo da pesquisa. Na palavra-chave “infografia”, utilizou-se também a variação “infográficos”. Quando utilizado o termo “Semiótica” somou-se à pesquisa os termos “peirceana” ou “Peirce”.

As ferramentas de pesquisa utilizadas nesta pesquisa foram: Google Acadêmico, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Catálogo de Teses e Dissertações (CAPES) e Compós. Em algumas plataformas, não foram encontrados trabalhos que se

assemelham à pesquisa aqui proposta, como é o caso da Compós. Em outras, a quantidade de estudos foi superior à capacidade de leitura da autora durante o período de tempo disponível.

Portanto, os trabalhos presentes nas tabelas abaixo foram selecionados pela semelhança com a temática da presente monografia. O método de escolha foi feito através da leitura dos resumos dos trabalhos que as ferramentas de busca disponibilizaram na pesquisa. Selecionamos principalmente os que tratam diretamente das infografias do *Nexo* e da Semiótica como metodologia de pesquisa da comunicação.

A expectativa é de que este Estado da Arte contribua não apenas para o embasamento teórico da monografia em questão, mas também para a fundamentação dessa pesquisa como um aporte para futuros trabalhos que envolvam as infografias do *Nexo Jornal* e a Semiótica. Além disso, através dos estudos aqui apresentados, espera-se que o leitor possa embeber-se deste levantamento para que a pesquisa proposta nesta monografia seja melhor compreendida.

## **2.1 Infografia**

Nas pesquisas realizadas, o termo “infografia” foi o primeiro a ser pesquisado. As plataformas de pesquisa estão organizadas abaixo:

### **a) Catálogos de Teses e Dissertações**

Durante a busca nesta plataforma, foi somada à palavra “infografia” o filtro da Área de Conhecimento: Comunicação. Este levantamento nos rendeu 32 trabalhos. Foram selecionados aqueles cujo resumo mais se aproximou da abordagem a ser adotada nesta monografia (Quadro 1).

**Quadro 1 – Catálogos de Teses e Dissertações: Infografia**

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
A infografia em revista: estudo do infográfico na Superinteressante	Elizabeth De Menezes Rocha	Dissertação	Pesquisa qualitativa - Coleta de dados em edições publicadas na revista.	Aproximação entre destinatadores e destinatários através dos infográficos
A Infografia como Instrumento do Jornalismo Científico: uma análise semiótica	Velho, Ana Paula Machado.	Dissertação	Análise semiótica (semiótica da cultura)	Enxerga a infografia como textos da cultura.
Show, don't tell: a infografia como forma gráfico-visual específica da produção do conceito à produção de sentido.	Lucas, Ricardo Jorge de Lucena.	Tese	Revisão bibliográfica e análise de corpus.	Analisa a produção de sentido nas infografias. Propõe tabela de classificação.
Reportagens Visuais: uma nova possibilidade para o Jornalismo Digital com a facilitação gráfica	Meo, Izabel Marques	Dissertação	Pesquisa bibliográfica associada à coleta e análise de dados qualitativos.	Propõe a criação e o emprego do termo “Facilitação Gráfica midiaticizada”
Infográficos na mídia impressa: um estudo semiótico na revista Mundo Estranho	Módolo, Cristiane Machado.	Dissertação	Revisão bibliográfica e relação entre os infográficos e os conceitos da semiótica	Teoria Geral dos Signos de Charles Sanders Peirce

#### b) Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

Nesta plataforma a pesquisa foi feita de forma simples: utilizando apenas o termo “infografia” o que gerou 57 resultados, dentre eles trabalhos da área do *Design* e Letras. Os

resultados dispostos abaixo (Quadro 2) dizem respeito a trabalhos que se assemelham com a temática da monografia aqui proposta.

**Quadro 2** – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Análise da Infografia Jornalística	Lima, Ricardo Oliveira da Cunha	Dissertação	Análise do <i>design</i>	<i>Design</i> e infográficos em revistas
Significação em infográficos de imprensa	Bracco, Adelina	Tese	Análise semiótica discursiva	Determinou o estatuto semiótico segundo autores da semiótica discursiva
Infográficos: conceitos, tipos e recursos semióticos	Nascimento, Rosemberg Gomes	Dissertação	Análise através de conceitos da linguística.	Linguística. Propõe um conceito próprio em português
Navegações em infográficos web jornalísticos: um olhar desde a recepção	Raymundo, Rafael Tourinho	Dissertação	Entrevistas com os sujeitos e na observação de suas navegações pelos infográficos.	Aborda os usos, as apropriações e os sentidos produzidos por usuários (Facilita a compreensão da fenomenologia de Peirce)

### c) Compós

Nos Anais da Compós, o termo “infografia” ou sua variação “infográficos” foram buscados desde a primeira edição, nos anos 2000 até a última, em 2019. Apenas dois trabalhos foram encontrados, no entanto, eles não se assemelham à pesquisa aqui proposta.

#### d) Google Acadêmico

Para delimitar a pesquisa na área da comunicação, mais especificamente do jornalismo, optou-se por buscar pela palavra-chave “infografia” somada ao termo “jornalismo”. Excluindo apenas as citações, foram encontrados aproximadamente 7.800 resultados, organizados em ordem de relevância, segundo a plataforma de busca. Aqui (Quadro 3) estão presentes trabalhos das cinco primeiras páginas de resultados.

**Quadro 3 – Google Acadêmico:**

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Infográficos: características, conceitos e princípios básicos	Módolo, Cristiane Machado	Artigo	Revisão Bibliográfica	Caráter jornalístico dos infográficos
A presença da infografia no jornalismo brasileiro - proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso	Teixeira, Tattiana	Artigo	Revisão Bibliográfica e Estudo de caso	Traz uma organização tipológica da infografia.
O que é infografia jornalística?	Lima, Ricardo Cunha	Artigo	Revisão Bibliográfica e análise comparativa entre tradições terminológicas	Defende os elementos visuais como protagonistas da informação
Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar	Teixeira, Tattiana	Artigo	Revisão Bibliográfica (levantamento / discussão das metodologias)	Traz um aporte bibliográfico sobre os métodos para compreender as infografias

## 2.2 Nexo Jornal

Esta pesquisa buscou os trabalhos realizados acerca do *Nexo Jornal*, objeto da pesquisa proposta nesta monografia.

### a) Catálogos de Teses e Dissertações

O resultado obtido nesta busca foi de 265 trabalhos. Foram aplicados os filtros: anos (2016, 2017 e 2018, após a criação do veículo buscado) e de área de conhecimento (comunicação). Pela viabilidade, fomos até a quinta página de busca, desprezando trabalhos que não citaram o *Nexo Jornal* diretamente no título. Os resultados estão abaixo (Quadro 4).

**Quadro 4** – Catálogos de Teses e Dissertações:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
O ator político no jornalismo: uma análise da presença de atores sociais no noticiário político dos <i>websites</i> Folha de S. paulo e Nexo Jornal	Araújo, Arthur Silva De	Dissertação	Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977)	Compara o conteúdo do Nexo ao do concorrente e extrair conclusões sobre rotinas produtivas
A configuração da informação jornalística no contexto da convergência: uma análise do Nexo	Hoewell, Gabriel Rizzo	Dissertação	Pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo.	Trabalha ciberjornalismo e convergência jornalística. Traz o conceito de “jornalismo explicativo”

### b) Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

Utilizando a palavra-chave “*nexo jornal*” foram encontrados dois resultados, dentre eles, a pesquisa “A configuração da informação no contexto da convergência jornalística: uma análise do Nexo”, trabalho já citado no Quadro 4. O outro resultado está abaixo (Quadro 5).

**Quadro 5** – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
A visualização de informação no jornalismo nativo digital : uma análise do Nexo e do FiveThirtyEight	Lorenzi, Rodrigo Henrique Leite	Dissertação	Pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a análise de conteúdo	A visualização de informação como possibilidade narrativa jornalística

c) Compós

Nos Anais da Compós, o termo “*nexo jornal*” foi buscado a partir da edição de 2015, quando o veículo em questão foi lançado. Apenas um trabalho foi encontrado, na edição de 2019 (Quadro 6).

**Quadro 6** – Compós:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Memória e Jornalismo Cultural: análise de enquadramentos temporais no Nexo Jornal	Cavalcanti, Anna De Carvalho	Artigo	Mapeamento das narrativas noticiosas do veículo no tempo	Aborda questões de resgate de memória, cultura e temporalidade.

d) Google Acadêmico

Na pesquisa realizada nesta plataforma, o termo “*nexo jornal*” foi primeiramente utilizado isoladamente, com o filtro dos anos 2015 à 2019, o que resultou em aproximadamente 12.400 resultados, dos quais, somente na primeira página, apenas uma tratava do veículo digital criado em 2015. Tendo isso em vista, em seguida, a pesquisa foi

feita acrescentando o termo “infografia”, gerando aproximadamente 441 resultados, dos quais alguns estão abaixo (Quadro 7).

**Quadro 7** – Google Acadêmico:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Nexo Jornal: Um Novo Modelo de Negócio no Jornalismo	Farias, Adélia; Sousa, Alice; Rodrigues, Rafael	Artigo	Análise de conteúdo	Explica o diferencial do Nexo do mundo dos veículos digitais
Jornalismo de Dados como diferencial o caso do Nexo	Ventura, Mariane Pires	Artigo	Análise qualitativa	Levanta a hipótese de que o jornal é premiado pois realiza um bom jornalismo de dados.
Experiências de Inovação no Jornalismo Digital: um estudo de caso do Jornal Nexo	Souza, Pedro Carlos Ferreira De; Silveira, Leticia Lopes Da	Artigo	Descritivo-analítico	Destaca “a interação entre jornalismo e tecnologia e o pioneirismo”

### 2.3 Semiótica

A pesquisa proposta nesta monografia utiliza o conceito de Semiótica segundo Charles Sanders Peirce, também conhecida como Semiótica Peirceana. Por isso, o levantamento feito nas mesmas bases de trabalhos acadêmicos já citadas anteriormente foi adaptado. Por se tratar de uma área de conhecimento considerada interdisciplinar, podendo ser utilizada para estudos na área da Linguística, Arquitetura e Música, por exemplo, a busca neste levantamento foi mais específica. Para que os resultados se aproximassem mais do que pretende-se abordar

nesta monografia, somamos à palavra-chave os termos “análise” e “peirceana” ou “Peirce” e ainda “Jornalismo”.

Cabe lembrar que, apesar desse filtro, muitos trabalhos encontrados fogem da temática a ser abordada aqui. Dessa forma, os trabalhos apresentados abaixo foram selecionados para atender as demandas desta monografia, e assim, não correspondem à totalidade de pesquisas realizadas nesta área.

#### a) Catálogos de Teses e Dissertações

Como citado anteriormente, a Semiótica é um campo de vasta aplicação. Dessa forma, a busca dessa palavra-chave resultou resultados que adentravam desde o campo da Geografia até a Odontologia. Para refinar os resultados, a autora optou por adicionar os termos “análise” e “Peirce” ao termo “Semiótica”.

Assim, a pesquisa “análise semiótica peirce” na área da comunicação resultou em 9.167 resultados. Por questões de tempo, analisamos apenas os resultados das cinco primeiras páginas. Dentre os trabalhos encontrados, muitos adentravam a área da comunicação através do viés publicitário, entretanto, a autora não encontrou trabalhos cuja pesquisa se aproximasse da análise proposta aqui.

#### b) Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

Ao buscar por “análise semiótica jornalismo”, na BDTD, encontramos um único resultado (Quadro 8).

#### c) Compós

Nos Anais da Compós, o termo “Semiótica” foi buscado desde a primeira edição, nos anos 2000 até a última, em 2019. Alguns trabalhos foram encontrados, no entanto, após a leitura dos resumos chegou-se à conclusão de que eles não se adequam à pesquisa aqui proposta.

#### d) Google Acadêmico

Nesta busca foi utilizada a palavra-chave combinada a dois outros termos: Semiótica + peirce + metodologia. Isso se deu porque, para os fins da pesquisa a ser realizada nesta monografia, a Semiótica será utilizada como metodologia de pesquisa. Por questão de tempo hábil, a pesquisa só foi realizada até a quinta página de resultados. O Quadro 9 apresenta os resultados.

**Quadro 8** – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações::

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Em tempo (quase) real: análise semiótica do jornalismo na <i>web</i>	Bueno, Thaisa Cristina	Dissertação	Estudo de caso	Semiótica de linha francesa

**Quadro 9** – Google Acadêmico:

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
Comunicação e Semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce	Marcos Nicolau Daniel Abath Pablo Cézar Laranjeira Társila Moscoso Thiago Marinho Vítor Nicolau	Artigo	Revisão Bibliográfica	Tenta desmistificar o “bicho de sete cabeças” que a semiótica pode ser para alguns.
Semiose Segundo C.S.Peirce	João Queiroz	Livro	-	Conceituação e explicação
O que é semiótica?	Lúcia Santaella	Livro	-	Didático
A Teoria da Investigação de C.S.Peirce	Maria de Lourdes Bacha	Livro	-	Aborda “a questão do método em Peirce”
Metodologia Semiótica para análise de Revistas Digitais <i>Online</i>	Candello, Heloisa Caroline de Souza Pereira*; Hildebrand,	Livro	-	Traz o “Método Semiótico “

	Hermes Renato.			
--	----------------	--	--	--

## 2.4 Infografia + Nexo Jornal + Semiótica

Após a realização da busca individual das três palavras-chave da monografia aqui proposta, que busca analisar a infografia do *Nexo Jornal*, através do olhar semiótico, a autora julgou pertinente buscar os termos em conjunto. A tríade “Infografia + *Nexo jornal* + Semiótica” foi buscada nas mesmas plataformas dos termos anteriores. Os resultados estão subdivididos abaixo.

### a) Catálogos de Teses e Dissertações

Foram encontrados 2.815 resultados nesta busca. Estes estão dentro do filtro “área de conhecimento: comunicação”. Dentre as cinco primeiras páginas, o trabalho que teve destaque foi “A Infografia como Instrumento do Jornalismo Científico: uma análise semiótica”, anteriormente listado no “Quadro 1 – Catálogos de Teses e Dissertações: Infografia”.

### b) Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

Na BDTD a mensagem “Nenhum registro encontrado!” alerta para a falta de pesquisas de pós-graduação que alinhem esses três termos.

### c) Compós

Nos anais dos encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação também não foram encontrados resultados. A pesquisa foi realizada desde o encontro de 2015, quando o veículo de comunicação *Nexo Jornal* foi fundado, até o encontro mais recente, em 2019.

### d) Google Acadêmico

Na plataforma de pesquisa do Google foram encontrados aproximadamente 135 resultados. Indo até a quinta página de disposição dos trabalhos, o que despertou atenção foi o

fato do primeiro resultado ser um trabalho produzido anteriormente pela autora da monografia aqui proposta.

Acredita-se que o algoritmo de busca da ferramenta corroborou para tal resultado, entretanto, é importante frisar que, no artigo em questão, o *Nexo Jornal* é citado na conclusão, pois ao produzir aquela pesquisa vislumbrou-se a possibilidade de realização de uma pesquisa das infografias na era dos *smartphones* e jornalismo digital. Outros resultados já constavam nos quadros anteriores, por isso, não foram incluídos no Quadro 10 abaixo.

**Quadro 10** – Google Acadêmico: Infografia + *nexo jornal* + Semiótica

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Conceito</b>
É infografia ou ilustração? Estudo de caso da reportagem “O risco de sumir da mão do crime” sobre desaparecidos no Ceará	Ana Luiza Braga de Souza, Ricardo Jorge de Lucena Lucas	Artigo	Revisão bibliográfica.	As infografias do Nexo Jornal são citadas na introdução, como exemplo de infográficos jornalísticos e na conclusão, quando é apontada a importância da continuidade da pesquisa.
Elementos de Regularidade e Tipificação do Gênero Jornalístico Infográfico	Francis Arthuso Paiva	Artigo	Análise textual de infográficos	Aponta regularidades e tipificações do texto do infográfico

A partir deste Estado da Arte foram possíveis traçar as seguintes conclusões: ao buscar pelo termo “infografia” os resultados apontam, em grande parte, para o uso desse recurso na mídia impressa, com destaques para as revistas *Superinteressante* e *Mundo Estranho*. Além disso, foram obtidos resultados que enveredam para áreas além da Comunicação, como

*Design* e Linguística. E, por fim, quanto à metodologia, critério muito valioso à pesquisa proposta nesta monografia, nos resultados encontrados nesta busca, o método mais utilizado foi a revisão bibliográfica.

Tratando-se exclusivamente, desse resultado, a grande quantidade de trabalhos que levantam a bibliografia das infografias podem indicar que este método não é o mais indicado para a realização da monografia proposta nos capítulos a seguir, ademais, por muitos trabalhos trazerem esta revisão, ela não precisa ser tão extensa na pesquisa a ser realizada pela autora.

Quanto aos resultados alcançados através da pesquisa sobre o *Nexo Jornal*, pode-se notar que foi o quesito que menos apresentou resultados, fato que não é estranho, tendo em vista que o veículo foi fundado em 2015. Isto, de certa forma, é positivo para a pesquisa aqui realizada, pois indica que ainda há muito a ser estudado em relação ao jornal digital. Além disso, dentre os trabalhos encontrados, muitos trabalham a relação do *Nexo* com a visualização da informação e a convergência digital, temáticas que serão importantes para a pesquisa proposta nesta monografia.

Já a pesquisa feita em relação à palavra-chave “semiótica” mostrou-se importante porque reafirmou fatos anteriormente citados. Dissemos que a Semiótica é um área multidisciplinar, e os resultados encontrados (que vão da área da Linguística à Psicologia e outras) corroboram com esta informação. Afirmamos ainda que muitos trabalhos, mesmo sendo da área da Comunicação, estão além da temática desta monografia, pois os resultados encontrados muitas vezes diziam respeito à Publicidade.

Em relação aos resultados que interessam para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso aqui proposto: a Semiótica como método está presente em diversas pesquisas, o que nos auxiliará bastante quanto à análise semiótica proposta na metodologia deste trabalho.

Por fim, ao realizar a pesquisa somando os três termos pesquisados neste Estado da Arte, observamos que nenhum trabalho anteriormente produzido traz na problemática central as infografias do *Nexo Jornal* analisadas pelo método semiótico.

Em primeiro lugar, este resultado se dá porque a maioria dos trabalhos encontrados nas buscas aqui realizadas dizem respeito à infográficos impressos, que divergem dos infográficos *online* produzidos pelo *Nexo*. Em segundo lugar, o veículo digital em questão pode ser considerado novo, tendo em vista que completa seu quarto ano em 2019.

Este fato reduz consideravelmente o número de trabalhos realizados a respeito do veículo. E, por último, a Semiótica, como método de análise, é utilizada em várias pesquisas, mas nenhum dos resultados aqui apresentados utiliza esse método para analisar infografias digitais produzidas exclusivamente pelo *Nexo Jornal*.

Portanto, especulamos que o objeto da pesquisa e a metodologia propostas nesta monografia podem ser considerados aparentemente inéditos, o que é positivo em diversos aspectos, principalmente, no tocante à continuidade dela através de outras pesquisas realizadas no nível de graduação e pós-graduação em comunicação. Nas próximas seções desta monografia iniciaremos a apresentação e discussão dos termos e conceitos tratados neste Estado da Arte, na seguinte ordem: infográficos; *Nexo Jornal* e Semiótica.

### **3. INFOGRÁFICOS: UMA BREVE REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

A breve Revisão Bibliográfica apresentada neste capítulo busca revisitar as definições, história recente, características e classificações dos infográficos. Para isso, discutiremos, em um primeiro momento, a respeito das múltiplas definições desenvolvidas por autores que fazem parte do aporte teórico deste Capítulo, como Teixeira (2010), Cairo (2011), Lucas (2010) e De Pablos (1999) para tentar conceituar os infográficos.

A partir daí, apresentamos a noção sobre infografia que mais se aproxima do que consideramos justa, elaborada por Teixeira (2010). Também discutimos as características dos infográficos jornalísticos, a utilização dessa ferramenta na cobertura de notícias, o processo produtivo das peças gráficas.

E por fim, discutimos a respeito das definições e características dos infográficos digitais, segundo o aporte teórico desenvolvido por Sancho (2001) George-Palilonis (2006), entre outros.

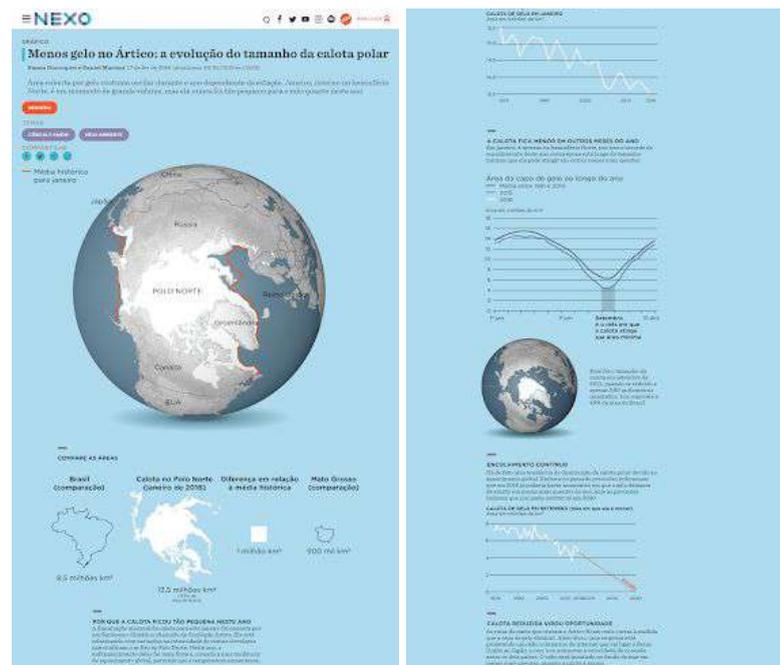
Borrás e Caritá (2000) afirmam que não há uma definição única sobre o que é a infografia, tão pouco existe um consenso entre os autores que tratam o tema. Esta ausência de concordância de ideias fica clara quando algumas definições, cunhadas por diferentes autores, são colocadas lado a lado. Por exemplo, para De Pablos (1999) a infografia é resultado do binômio “imagem + texto”, qualquer que seja o suporte em que ela se apresenta; já Sancho (2001) afirma que a infografia é uma colaboração informativa elaborada exclusivamente em jornais.

Sobre os elementos que compõem os infográficos, as conceituações encontradas também divergem. Para alguns pesquisadores, como Cairo (2011), um infográfico não tem necessariamente que conter palavras, pois é uma representação por meio de diagramas (desenhos que representam a realidade). Já Lucas (2010), define a infografia como uma

espécie de representação gráfico-visual, apoiada em um texto, num sentido próximo ao da Semiótica, que usa esta expressão para se referir também a textos não verbais, como imagens, filmes, músicas etc. Abaixo (Figura 1) há um exemplo de infográfico.

Nesta conjuntura, em que não há uma definição única sobre o objeto de estudo desta pesquisa, a noção sobre infografia que mais se aproxima do que consideramos justa é a adotada por Teixeira (2010). Para a pesquisadora, que analisou mais de 500 infografias, a relação entre imagem e texto é uma das principais características dessa ferramenta; ela afirma que “o infográfico é composto por elementos icônicos e tipográficos e pode ser constituído por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais, inclusive aqueles mais abstratos e não necessariamente icônicos” (TEIXEIRA, 2010, p. 18).

Figura 1 – Exemplo de infografia do *Nexo Jornal* com recursos visuais variados



Fonte: *Nexo Jornal* (2020).

Compreender a infografia e os conceitos que envolvem esta temática nos auxiliam a seguir para os próximos tópicos desta pesquisa, que tratam da abordagem histórica, da infografia jornalística, da classificação qualitativa dos infográficos e do uso desse material em suporte digital. Começaremos pela história da infografia.

### 3.1 História

Neste tópico, procuramos tratar sobre a história contemporânea da infografia. Isto porque, como visto anteriormente, no estado da arte, há um número considerável de pesquisas que utilizam como metodologia a revisão bibliográfica. Estas publicações trazem pesquisas sobre os primórdios da infografia, partindo não somente do que seriam os primeiros infográficos da história, mas também do uso da informação gráfica, que faria parte da cultura visual do homem desde os tempos das cavernas (TEIXEIRA, 2010).

Nesta monografia, o recorte temporal parte do século XX, no ano de 1982, até o século XXI, no ano de 2019. Abordaremos agora a história recente da infografia.

Em setembro de 1982, surge o jornal diário *USA Today*. Segundo Lucas (2011), esta publicação revolucionou o jornalismo, à época, porque suas apostas editoriais estavam centradas em uma mudança progressiva no tratamento da informação jornalística.

Entre estas mudanças estavam a adoção de textos mais curtos, o que divergia da organização das publicações daquele período, onde o texto tinha papel primário, e desenhos e fotografias estavam em segundo lugar; o uso de cores em jornais impressos, que provavelmente seria uma tentativa de enfrentar a televisão em cores; e, principalmente, na utilização de formas inovadoras de produção e concepção de mapas, gráficos, infográficos e de recursos similares, como pode ser visto na Figura 2 (GEORGE-PALILONIS, 2006).

Figura 2 – Snapshots, pequenas inserções de visualização de dados, do jornal americano *USA Today*.



Fonte: *USA Today*.

Para Teixeira (2010), no *USA Today*, mostrar a informação, ao invés de apenas narrá-la, era obrigatório. A partir da veiculação do periódico, “aconteceu uma alteração expressiva no que se compreendia como forma de conceber o *design* da notícia ou a programação visual de jornais” (TEIXEIRA, 2010, p. 20). Esta modificação se apoiava na utilização dos chamados “gráficos” (tabelas, mapas e quadros estatísticos).

Ao longo da década seguinte, nos anos 90, este termo foi sendo substituído pela denominação “infografia”, utilizada para tratar da informação, jornalística ou não, tratada graficamente. Por conseguinte, a expressão “infografia” passou a ser difundida, em língua espanhola, por volta de 1991 (LUCAS, 2011).

Outro marco histórico próprio da infografia é a Guerra do Golfo, entre 1990 e 1991. Durante este período, segundo autores como Teixeira (2010) e Cairo (2008), os jornais enfrentavam censura e a dificuldade para se obter imagens do conflito era grande; dessa forma, os periódicos buscaram produzir gráficos explicativos sobre o embate bélico entre Estados Unidos e Iraque.

A respeito da utilização dos infográficos nesse período, há divergências. Enquanto pesquisadores como Mario R. García (1998 *apud* Lucas, 2010), acreditam que este foi o auge dos gráficos informativos, outros estudiosos, como Alberto Cairo, fazem críticas ao modo

como a infografia foi utilizada durante o conflito. Para Cairo (2008), os gráficos apresentavam detalhes inventados e exageros.

### 3.1.1 A Infografia no Brasil

No Brasil, a década de 90 também marcou o surgimento da utilização mais frequente dos infográficos. Conforme Teixeira (2010), a contratação de consultorias internacionais e as reformas gráfico-editoriais nos jornais brasileiros foram fatores que colaboraram para que a presença das infografias se tornasse mais corriqueira nos periódicos nacionais.

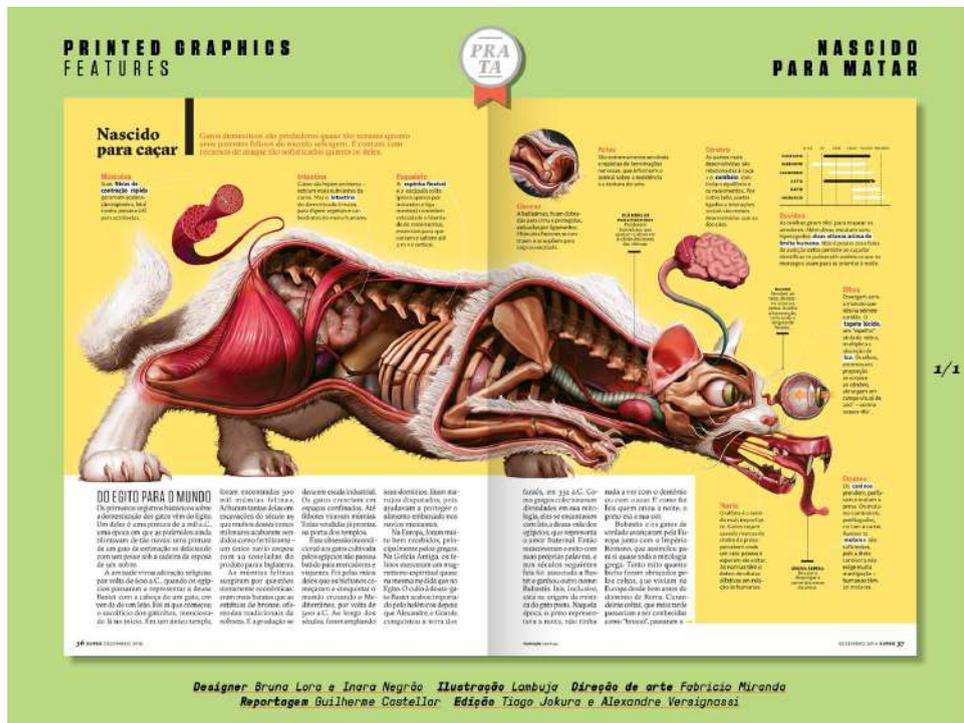
Segundo o jornalista Ary Moraes, um dos pesquisadores que conta a história da infografia no Brasil, no começo, a expressão “infografia” circulava no ciclo restrito daqueles que tinham contato com os consultores hispânicos. Nas palavras do pesquisador:

A palavra infografia começou a ser usada por aqui no começo dos anos 1990 e chegou via consultorias espanholas. Os americanos usavam o termo “information graphics” já há mais tempo e foram os espanhóis que adaptaram as palavras formando a contração *Infografía*, que deu origem à palavra em português. Depois, os próprios americanos aproveitaram para cunhar a expressão “Infographics”. Na Espanha, foi no final dos anos 1980 e aqui chegou no começo dos anos 1990 (*apud* LUCAS, 2010, p. 114).

Em 1992, o jornal carioca *O Dia* criou o primeiro departamento de infografia e ilustração do Brasil. Em 1996, a publicação recebeu um prêmio Malofiej. Após a primeira conquista nesta premiação, o país teve destaque em diversas edições, como em 97, quando a revista *Veja* recebe a condecoração, e em 1998, quando foi a vez da revista de curiosidades e divulgação científica *Superinteressante* ganhar reconhecimento. A Figura 3 mostra um infográfico da *Super* premiado no Malofiej.

Ainda em 98, a necessidade de esclarecimento sobre a linguagem infográfica levou o jornal *Folha de S. Paulo* a produzir um livreto de 36 páginas sobre a conceituação, produção e edição de infográficos, intitulado de Manual de Infografia (Teixeira, 2010).

Figura 3 – Infográfico da Revista *Superinteressante* que ganhou medalha de prata na 25ª edição do Malofiej, em 2017.



Fonte: *Superinteressante*.

No entanto, se no começo da década de 90 o Brasil vivenciou um *boom* na produção de infográficos, a virada da década trouxe certa estabilidade e até mesmo queda para a produção de infografia no país.

Por exemplo, no início dos anos 2000, Teixeira (2010) indica que mudanças editoriais e desconhecimento do potencial da infografia, além de outros fatores, fizeram com que a produção de infografias caísse em veículos como a *Superinteressante*, que havia conquistado dois Malofiej nos anos anteriores.

Anos mais tarde, em 2009, a implantação de reforma gráfico-editorial em jornais como a *Folha de S. Paulo* e em revistas como a *Galileu* fez com que as infografias voltassem a receber destaque internacionalmente (TEIXEIRA, 2010).

Entre 2010 e 2011, o jornalista Alberto Cairo foi contratado como diretor de Infografia e Multimídia da Editora Globo, onde atuou como editor executivo das revistas do grupo (SCHOOL OF COMMUNICATION AT THE UNIVERSITY OF MIAMI, 2019). Além de atuar diretamente na produção de infografias para as publicações impressas (como mostra a Figura 4), Cairo utilizou a experiência no Brasil para escrever parte de seu livro ``*El Arte Funcional; infografía y visualización de información*'', de 2011.

As condecorações a infografias brasileiras ainda tiveram destaque na premiação internacional Malofiej. Entre 2010 e 2017, os veículos de comunicação premiados foram: *Folha de S. Paulo*, *Revista Placar*, *Mundo Estranho*, *Época Online*, *iG*, *Estadão*, *Veja.com*, *O Globo*, *GloboEsporte.com*, *G1* e *Superinteressante*.

Figura 4 – Infográfico produzido por Alberto Cairo no período em que esteve à frente da diretoria de Infografia e Multimídia da Revista *Época*.

**Primeiro Plano**

**Diagrama**  
A NOTÍCIA EM PERSPECTIVA

**A mão quase humana**

Ossos descobertos na África podem ajudar a explicar como nossos ancestrais trocaram as árvores pela vida no chão.

Atletico Cairo, Leclina Vickria, Lataa Karam, Marco Vergatti e Rodrigo Cunha

**UM GRUPO DE PESQUISADORES** descobriu esquelitos quase completos de dois homídeos que viveram há 1,98 milhão de anos. Pertenceram a uma mulher adulta e a um jovem de 12 ou 13 anos, da espécie *Australopithecus sediba*. Eles andavam eretos e usavam pedras como ferramentas, embora seus dentes fossem parecidos com o de chimpanzés. Segundo os cientistas, podem ter antecedido os primeiros seres do gênero humano, que teve espécies como o *Homo erectus* e os neandertais até chegar ao *Homo sapiens*. A descoberta aconteceu no ano passado no sítio arqueológico de Malapa, na África do Sul. Mas só acabou sendo descrito em um artigo publicado na semana passada pela revista científica *Science*. Entre as peças descobertas estão os ossos que formam a mão direita da mulher *Australopithecus sediba*. É a primeira mão fóssil bem conservada. Com ela, será possível entender melhor como a espécie começou a lidar com artefatos, como pedras e galhos, que encontravam na natureza. E quais eram suas habilidades. Eles já viviam boa parte do tempo no chão, sob as palmas. "Mas ainda mantinham a habilidade antiga de subir em árvores", diz Darryl Ruxton, da Universidade do Texas A&M, nos Estados Unidos, um dos autores do estudo.

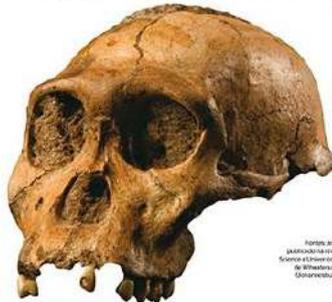
**PRONTA PARA ANDAR**

Assim como os ossos da bacia humana, eles são pequenos e largos, forma lobulada em *Australopithecus*. A parte traseira, no entanto, é mais parecida com a de antigas homínidas.

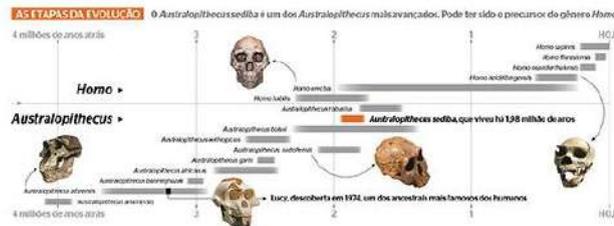


**MELHTE BRILHANTE**

O cérebro do *A. sediba* é pequeno (640 cm<sup>3</sup>), cerca de um terço do volume do cérebro de um homem moderno (1.300 cm<sup>3</sup>). Mas há uma característica frontal parecida com a humana, o que pode indicar uma reorganização precursora da linguagem e de funções cognitivas avançadas, como a capacidade de planejar.

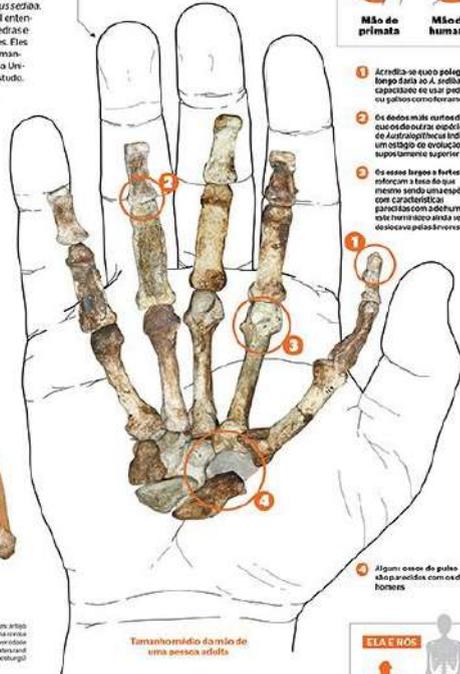


**AS ETAPAS DA EVOLUÇÃO**



**Na palma da mão**

No desenho abaixo, mão humana e da fêmea de *Australopithecus sediba*, em tamanho real. A ancestral linha dos dedos e polegares longos.



**UM POUQUINHO DE CADA**

As mãos do *A. sediba* têm dedos longos para facilitar o deslocamento pelas árvores, mas um pouco da habilidade humana para segurar objetos.



Fonte: Revista Época.

Em 2018, o *Nexo Jornal* recebeu medalha de bronze no Malofiej 26 (Figura 5), por seu portfólio. Já em 2019, o *Nexo* foi premiado na categoria “cobertura planejada digital”, pelo conjunto de gráficos produzidos sobre as Eleições de 2018.

Figura 5 – Página do *Nexo Jornal* onde são exibidas as premiações do veículo, entre elas, o Prêmio Malofiej.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Dada a história da infografia contemporânea e o emprego dessa linguagem nos jornais e revistas brasileiros desde a década de 90, seguiremos agora para a apresentação da relevância da infografia para o jornalismo atual.

Inserido em um contexto visual, onde a utilização de imagens é recorrente (MÓDOLO, 2008), o discurso jornalístico tende a não mais colocar em campos opostos texto e imagem na construção das notícias (TEIXEIRA, 2010), e assim os infográficos ganham espaço, como veremos a seguir.

### 3.2 Infográfico Jornalístico

Segundo Teixeira (2010), após análise da definição de infográficos de autores como De Pablos, Sojo e George-Palilonis, alguns elementos são comuns a todos os infográficos. Em ordem, eles seriam: (1) título; (2) texto introdutório com informações gerais; (3) indicação das fontes; e (4) assinatura.

Ademais, eles também devem obrigatoriamente contar com recursos visuais diversos, como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas, entre outros. Assim, a infografia rompe com uma estrutura, por vezes enraizada nas redações, onde há separação entre jornalistas que pensam o texto e jornalistas que pensam a imagem (TEIXEIRA, 2010).

Lucas (2010) também concorda que a infografia é capaz de unir elementos tipográficos e imagéticos, ao organizar as informações unindo elementos que pareciam desconexos. Em outras palavras, “se o texto explica, narra e conceitua e a fotografia mostra, a infografia pode fazer tudo isso: descrever, narrar, conceituar e mostrar, além de articular aquilo que aparentemente está ‘solto no mundo’” (LUCAS, 2010, p.111).

Para Lucas (2010), o recurso infográfico ganha espaço no sistema midiático, porque, especificamente no jornalismo, é preciso, mais do que nunca, explicar e narrar, não só através do texto, apenas com imagens; é necessário descrever o fato detalhadamente, de forma que tanto o macroscópico como o microscópico sejam expostos: é importante pormenorizar tanto aquilo que já aconteceu quanto aquilo que acontecerá. Um exemplo de infográfico jornalístico pode ser visto na Figura 6.

Neste sentido, o papel do jornalismo seria tratar a informação com afinco, ao trazer explicações que colaborem efetivamente com a qualidade do material a ser entregue ao leitor, telespectador ou usuário da *web*. Assim, por muitas vezes, os infográficos desempenham este papel: o de aprimoramento da informação. Para George-Pavilonis (2006), os “gráficos informativos” auxiliam a narrativa jornalística de jornais, revistas e outras publicações, sendo

gráficos, diagramas e mapas adequados tanto para a função visual quanto para a função explicativa.

Além disso, Sancho também apresenta a infografia como uma colaboração para a compreensão da informação:

Pode-se dizer que o infográfico é uma contribuição informativa, elaborada nos produtos comunicativos visuais ou audiovisuais, realizada por meio de elementos icônicos (estáticos ou dinâmicos), tipográficos e / ou auditivos geralmente verbais, que permitem ou facilitam o entendimento eventos atuais, ações ou coisas ou alguns de seus aspectos mais significativos, e acompanham ou substituem o texto informativo escrito ou falado (SANCHO, 2000, p. 201. Tradução nossa)<sup>3</sup>.

Porém, Lucas (2010) aponta que é necessário fazer uma distinção entre a infografia produzida pelo jornal que não é jornalística, pois o conteúdo abordado é médico, científico, esportivo; e a produzida pelo jornal e que é de conteúdo jornalístico, aquelas baseadas nos critérios de noticiabilidade e de temporalidade jornalísticas. Além dele, autores como Módolo e Teixeira também fazem esta separação. Para Módolo (2008), por exemplo, os infográficos podem trazer informações jornalísticas ou apenas veicular dados didáticos.

Ainda sobre a infografia jornalística, Teixeira (2010) afirma que esta ferramenta:

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 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).

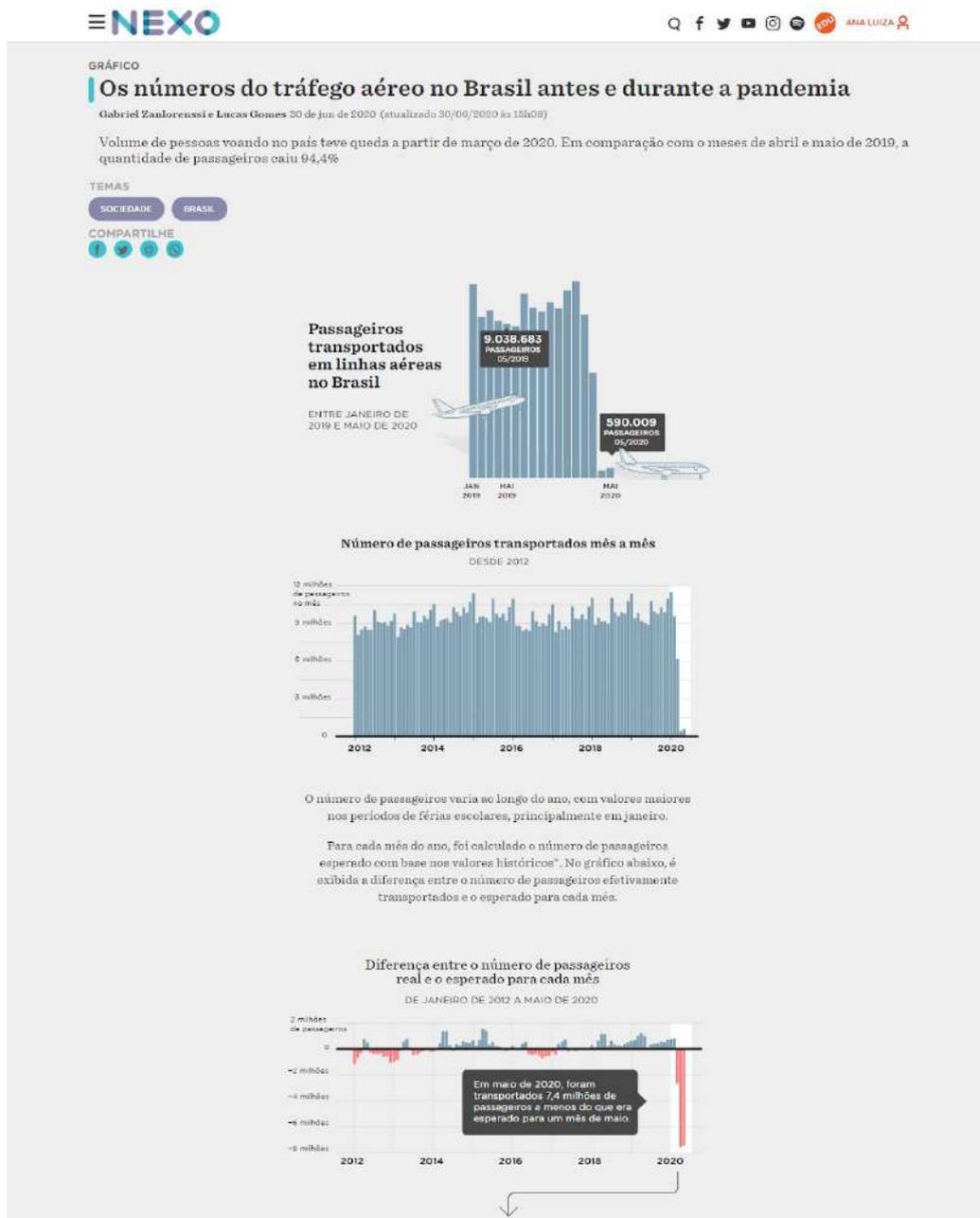
Teixeira (2010) também é responsável por elaborar uma proposta de tipologia, cujo objetivo é amparar aspectos metodológicos e da elaboração de infografias. Por isto, a autora

---

<sup>3</sup> Se puede decir que la fotografía es una aportación informativa, elaborada en los productos comunicativos visuales o audiovisuales, realizada mediante elementos icónicos (estáticos o dinámicos), tipográficos y/o auditivos normalmente verbales, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo hablado o escrito.

desmembra os infográficos em enciclopédicos e jornalísticos, que podem ser complementares ou independentes.

Figura 6 – Captura de infográfico jornalístico a respeito da movimentação de pessoas no tráfego aéreo no Brasil antes e durante a pandemia do coronavírus em 2020.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Os infográficos enciclopédicos, como o da Figura 7, se assemelham a figuras presentes em livros didáticos, folhetos explicativos, manuais etc. Eles apresentam abordagens genéricas de diferentes fenômenos. Esta é a principal diferença entre as distinções: enquanto que os enciclopédicos são genéricos, os infográficos jornalísticos estão vinculados à singularidade das ideias, situações narradas ou dos fatos (TEIXEIRA, 2010).

Figura 7 – Captura de infográfico enciclopédico que explica o funcionamento de telas sensíveis ao toque.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Assim, no infográfico jornalístico, a especificidade do fato tem lugar central. A singularidade é o âmago da narrativa, mesmo quando o infográfico está atrelado a um texto jornalístico tradicional. Por isso, os infográficos jornalísticos podem ser diferenciados entre complementares e independentes. O jornalístico complementar é aquele que traz esclarecimentos sobre fatos que seriam maçantes ou confusos, caso fosse usada a narrativa jornalística tradicional, ou seja, textual. Eles costumam ser indispensáveis à notícia, ao trazer a especificidade das informações.

Já os infográficos jornalísticos independentes têm sido utilizados de forma mais corriqueira, pois são uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico. Geralmente são acompanhados de um texto principal, que é a introdução/abertura da reportagem, e possuem vários recursos visuais, que formam um infográfico complexo, segundo Teixeira (2010).

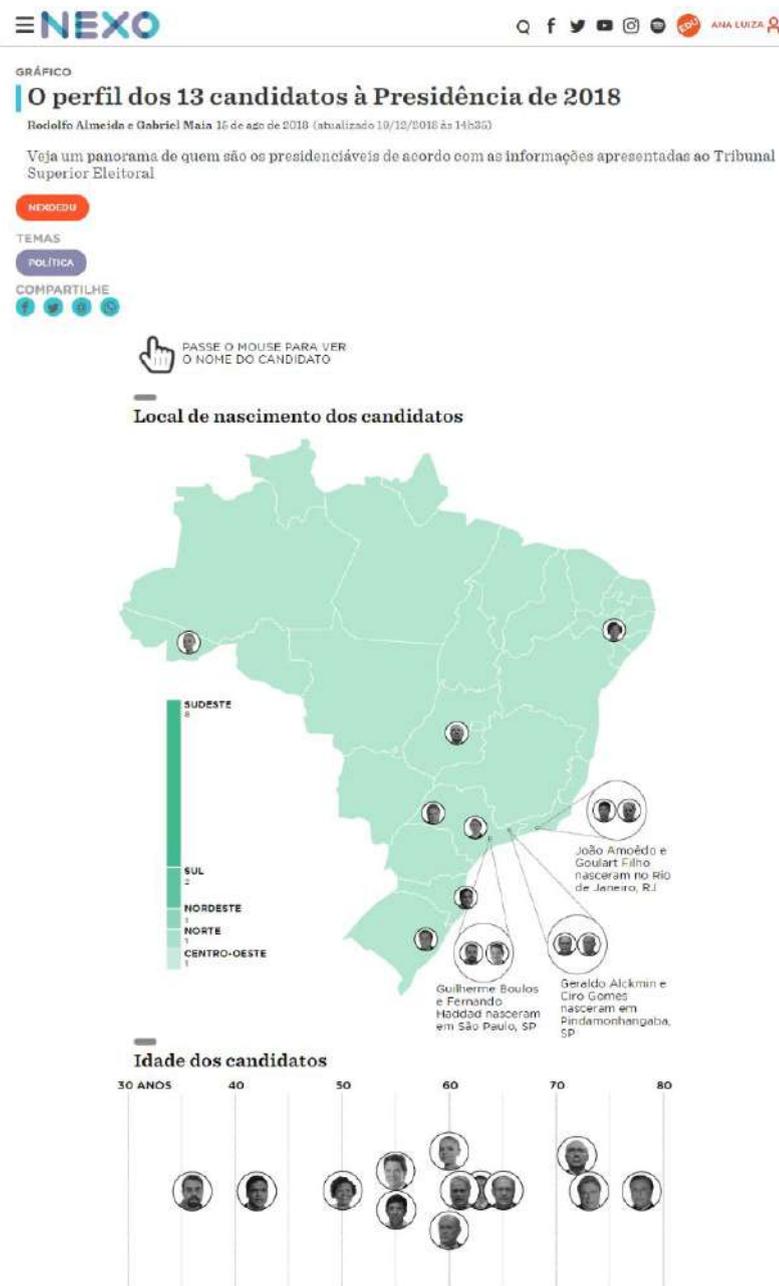
Neste caso, nem infográfico, nem texto podem ser pensados de forma autônoma porque um foi concebido para estar associado ao outro e fazem parte de um só conjunto discursivo que passa ao largo de uma mera relação de complementaridade. Aqui *design* gráfico, apuração, produção, tudo gira em torno da execução de um produto diferenciado, único (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Dessa forma, podemos afirmar que os infográficos enciclopédicos são aqueles que: respondem a curiosidades (como são feitos os grafites gigantes, quais são os controles e comandos da cabine de um avião); trazem detalhes invisíveis a olho nu (como atuam os glóbulos brancos, o que são bactérias) e apresentam explicações gerais (o que são partidos políticos; o que fazem os presidentes), entre outros.

Já os jornalísticos são utilizados para reproduzir e explicar acontecimentos, acidentes; para demonstrar como ocorre um procedimento (médico, odontológico, jurídico) que esteja em pauta; para revelar quais foram os fatos que levaram a um determinado acontecimento, como eleições presidenciais (Figura 8), entre outros exemplos. Este tipo de infográfico, como

veremos no tópico seguinte, está muitas vezes ligado a notícias de última hora, as *breaking news* (TEIXEIRA, 2010).

Figura 8 – Infográfico do *Nexo* sobre as Eleições presidenciais de 2018 que faz parte da cobertura de notícias premiada pelo Malofiej.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Nesta perspectiva, conforme De Pablos (1991, p. 164, tradução nossa), a infografia só está completa quando responde às tradicionais perguntas do lead jornalístico. “O infográfico

deve conter (...) elementos suficientes para responder às perguntas clássicas: o que, como, onde, quem, quando, as questões clássicas do jornalismo saxão e universal”<sup>4</sup>. Portanto, o infográfico deve favorecer a compreensão do fato, oferecendo sentido completo à informação jornalística. Em suma, a infografia jornalística deve assegurar significado a uma informação; conter informações escritas (formas tipográficas) e, além disso, ter elementos visuais precisos (MÓDOLO, 2008).

Como exposto, o infográfico jornalístico está fortemente ligado a notícias de última hora, as *breaking news* (TEIXEIRA, 2010). A partir de agora, pretendemos entender como a infografia é utilizada na cobertura de notícias, bem como se dá seu processo criativo no jornalismo.

### 3.2.1 Cobertura de Notícias

Na cobertura de notícias de última hora (*breaking news*), infográficos “nos levam aonde as fotos não podem e explicam os eventos quando as palavras são insuficientes” (GEORGE-PALILONES, 2006, p. 26). Visto que a infografia facilita a compreensão da informação, a partir de funções visuais e explicativas, seus elementos constituintes, como gráficos simples e mapas, como se vê na Figura 9, são mais facilmente assimilados em um primeiro olhar do que a palavra escrita.

Além disso, os infográficos são mais eficientes em termo de espaço e, apesar, das fotografias serem cruciais para a captura de momentos, elas não conseguem reproduzir o passo a passo de eventos tão bem quanto as infografias, que apresentam um descrição de detalhes a cada momento de como um evento específico se desenrolou (GEORGE-PALILONIS, 2006).

---

<sup>4</sup> La infografía debe contener, aunque de forma sumaria, a modo de información formateada como titulares o entradillas, los elementos suficientes para responder a las clásicas preguntas qué, cómo, dónde, quién, cuándo, las clásicas cuestiones del periodismo sajón y universal

Segundo George-Palilonis (2006), ao cobrir atentados e acidentes, como tiroteios, desastres aéreos, morte trágicas de figuras públicas, os jornais priorizam a apresentação de fotografias e infográficos. Isto porque a infografia pode transmitir o impacto e importância de uma história, além de comunicar um grau mais imediato de emoção do que outras narrativas.

Apesar disso, a rotina produtiva das redações jornalísticas faz com que os jornalistas sejam submetidos a prazos curtos, especialmente na cobertura de *breaking news*. George-Palilonis (2006) aponta que mesmo a produção de gráficos simples pode levar muito tempo, por isso, estes profissionais devem manter um equilíbrio entre tempo, talento e a quantidade de detalhes visuais de um gráfico.

Figura 9 – Captura de tela de matéria da seção Gráfico do *Nexo* sobre a cotação do dólar em relação ao real, produção guiada pela desvalorização histórica que a moeda brasileira alcançou em 2020.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

Vale lembrar que, no jornalismo, a infografia nunca deve ser pura ilustração. O compromisso com a veracidade deve ser um dos princípios da produção de infográficos (TEIXEIRA, 2010). Para Cairo (2009, p. 5 *apud* TEIXEIRA, 2010, p. 76, tradução da autora), a mentira deve ser evitada a todo custo na produção de infográficos, para que não haja um desarranjo na transmissão da informação.

[...] inventar, em jornalismo, é motivo de demissão imediata. Por que, então, é tão comum a ficcionalização em infografia? Porque, em muitas redações, o gráfico não é considerado jornalismo: é considerado “arte”. Algo que tem de ser lindo, antes que preciso e rigoroso.

Em suma, na cobertura de notícias de última hora, os infográficos devem proporcionar entendimento, compreensão, apreensão e não confusão. George-Palilonis alerta:

Os leitores devem após a leitura de um gráfico ter uma compreensão mais clara do que é a história. Eles não devem após a leitura sentirem-se ainda mais confusos ou fazendo mais perguntas do que antes de começar (GEORGE-PALILONIS, 2006, p. 28, tradução nossa).<sup>5</sup>

### 3.2.2 O Processo de Criação

A infografia é, geralmente, produzida por jornalistas e *designers*. Ao jornalista, além da produção do texto, cabe a realização das pesquisas necessárias para a produção do infográfico (realização de entrevistas, apuração do acontecimento, etc.). O *designer* pesquisa imagens (ilustrações, fotos), organiza o conteúdo da página e produz o infográfico.

Há aproximadamente dez anos atrás, havia, em algumas redações jornalísticas (não podemos precisar exatamente quantas), a presença do infografista, que, nesses casos, produzia

---

<sup>5</sup> Readers should come away from a graphic with a clearer understanding of what the story is about. They should not come away from a graphic feeling more confused or asking more questions than they did before they started.

o infográfico e o encaixava na organização feita pelo *designer* (MÓDOLO, 2008). Atualmente, ainda não podemos mensurar quantas redações contam com profissionais de infografia e não sabemos exatamente como funciona a rotina produtiva dos infografistas brasileiros.

Além disso, Cairo (2008) aponta um fato curioso: na maioria dos jornais latino-americanos, o mesmo departamento se ocupa tanto da produção de infografias quanto da criação de ilustrações, quando as atividades têm bases teóricas e objetivos claramente distintos.

Este fato pode ser relacionado à ausência de cursos de graduação em infografia, além do ensino da disciplina ser limitado, pois “a formação profissional de infografistas ainda não está estabelecida de forma consolidada nos cursos de Jornalismo, ao menos no Brasil” (TEIXEIRA, 2010, p. 67).

O que acontece de fato, de acordo com Teixeira (2010), é que os profissionais dos departamentos de infografia tentam divulgar como é feita a produção das infografias e os desafios durante esse processo. Além disso, profissionais entrevistados pela autora citam cursos de pequena duração realizados nas redações como fundamentais para formação como infografistas.

Os workshops e cursos internos parecem tentar cobrir a lacuna deixada pela maior parte dos cursos de Jornalismo que ainda não se aprofundam no ensino da infografia. (...) Isto porque é, muitas vezes, nesses espaços que se aperfeiçoa a capacidade de pensar visualmente e trabalhar em equipe, algo essencial para a produção de infográficos (TEIXEIRA, 2010, p. 79).

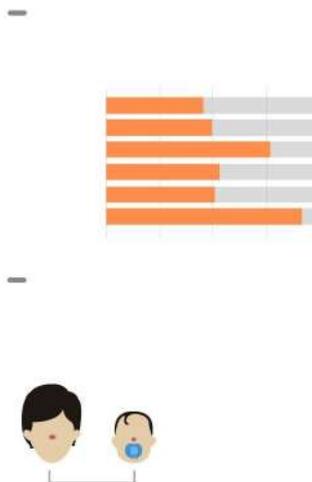
Portilho, como citado em Módolo (2008), afirma que as qualidades necessárias para ser um bom infografista são: “ser organizado, saber discernir o que mostrar ou não no infográfico e ter noções de distribuição das informações na página” (*apud* PORTILHO, 2008, p. 20). Para Teixeira (2010), todos os envolvidos na produção das infografias (jornalistas, *designers*, infografistas) devem conhecer profundamente a relação entre imagem e texto desta forma de representação, porque esta perícia interfere diretamente na produção, que vai da pauta ao

produto final. A autora defende que a infografia envolve um “complexo processo de apuração” (TEIXEIRA, 2010, p. 69).

Sobre o processo de criação de infográficos, desde a apuração até a visualização da informação, Cairo (2011) aponta seu método pessoal, composto por seis etapas:

1. Definição do tópico: qual a história do gráfico; a mensagem principal a ser transmitida, além das mensagens secundárias e complementares e as possibilidades de exploração oferecidas aos leitores. Esta etapa é essencial para a criação de uma estrutura sólida.
2. Pesquisa preliminar: identificação das fontes e coleta de informações básicas.
3. Primeiros esboços; serve como um *croquis* para o projeto final; nesses esboços são identificadas as áreas em que se deseja investir esforços na etapa seguinte: o que descobrir, o que pedir das amostras de origem para concluir uma determinada seção do infográfico etc.
4. Investigação completa: entrevistas com fontes, leituras detalhadas de documentos, ou seja, coleta de toda a matéria prima, organização hierárquica das informações.
5. Esboços detalhados, feitos à mão e no computador (como visto na Figura 10).
6. Criação do gráfico.

Figura 10 – Esboço de gráfico que compõe matéria/infografia sobre adoção no Brasil.



Fonte: *Nexo Jornal* (2020).

### 3.3 Infográfico Digital

Para alguns escritores, discutir a infografia em jornais impressos auxilia na compreensão do que seriam os infográficos digitais (SANCHO, 2001; GEORGE-PALILONIS, 2006). Isso porque, apesar da diferença de formatos, várias das “regras básicas” determinantes na criação de infográficos efetivos permanecem as mesmas (GEORGE-PALILONIS, 2006). Entretanto, é importante delimitar as diferenças na utilização das infografias na mídia impressa e audiovisual (computador, vídeo e televisão).

Para Sancho (2001), a infografia no suporte digital utiliza a convergência e a sinergia possibilitada pelos recursos tecnológicos do computador. As principais inovações tecnológicas presentes nos produtos de comunicação digital vêm das ferramentas que permitem a combinação de mídia audiovisual (televisão, vídeo) e hipertexto (*web*) (SANCHO, 2001). O autor define infográfico digital como:

Aquele que possui elementos gráficos como fotografias, desenhos cinéticos, textos escritos estáticos ou dinâmicos e/ou elementos sonoros e ruídos verbais e musicais. Eles também contêm elementos de navegação, interatividade, comunicação relacional, que por meio do suporte audiovisual, com ou sem continuidade de tempo, geralmente contêm informações atuais e algum significado, cumprindo assim as funções típicas do jornalismo e a contribuição da visualidade (SANCHO, 2001, p. 201).<sup>6</sup>

A interatividade, citada por Sancho (2001), também é uma das características apontadas por George-Palilonis (2006) como o diferencial da infografia na *web*. Para a autora, animação e interatividade são os dois aspectos adicionais da infografia digital, esse elemento pode ser visto na Figura 11. Apesar de jornais impressos e mídia *online* terem público-alvo semelhante, as formas como os leitores e usuários navegam e consomem informações são

---

<sup>6</sup> aquella que tiene elementos gráficos tales como fotografías, dibujos cinéticos, textos escritos dinámicos o estáticos y/o elementos de tipo verbales como musicales y ruidos. Además contienen elementos de navegación, interactividad, comunicaciones relacionales, que mediante el soporte audiovisual, con o sin continuidad espacio temporal, normalmente contienen una información de actualidad y cierta significación cumpliendo de este modo con las funciones típicas del periodismo y de visualidad.

muito distintas. É neste sentido que, segundo George-Palilonis (2006), aspectos como interação e animação mudam a forma como os usuários se engajam com o infográfico.

Figura 11 – Infográfico digital sobre os movimentos da atleta Simone Biles



Fonte: GE (2020)

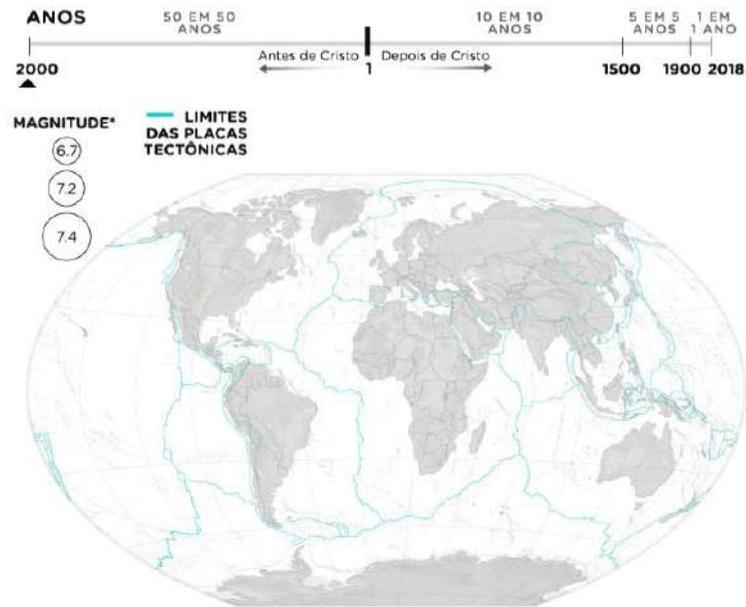
Esta mudança no engajamento do usuário se dá, porque, na Internet, a leitura pode ser não linear. Se nos jornais e revistas que utilizam infografia, o público lê em uma ordem predeterminada (começo, meio, fim), da esquerda para a direita, de cima para baixo, na *web* o público tem a oportunidade de escolher como será a interação com a informação.

Por exemplo, no meio digital, se uma informação é complicada e complexa, deve ser dada ao usuário a escolha de como acessá-la, em um único infográfico. Este seria o potencial por inteiro da *Internet* como meio infográfico (GEORGE-PALILONIS, 2006).

Entretanto, segundo George-Palilonis (2006), produzir infografias eficientes é desafio para veículos impressos, como jornais e revistas, e na inclusão de animação (como na Figura 12) e interatividade na visualização da informação, estas dificuldades podem ser intensificadas. Se a animação fornecer ao usuário uma experiência de visualização passiva/linear, sem interatividade, as chances de ela manter o interesse e atenção do público são reduzidas.

Esta interatividade, que parece ser tão valiosa para a infografia *online*, também é um dos critérios utilizados por Alberto Cairo (2008) para distinguir a infografia digital.

Figura 12 – Infografia digital em formato *GIF* do *Nexo Jornal*.



Fonte: *Nexo Jornal*.

### 3.3.1 Interação

Para Cairo (2008) a interação, na *Internet*, é a possibilidade de escolha de percurso e de troca entre o usuário e o sistema ou dispositivo. O autor afirma que é possível também utilizar este conceito para investigar como se dá a relação entre usuário e infografia *online*.

Dessa forma, existem três formas de contato entre usuário da web e infografia em suporte digital: instrução; manipulação; e exploração. Cairo (2008) explica que a organização hierárquica, como na Figura 13, não indica que um tipo de interação é melhor do que o outro. Além disso, “para cada tipo de infográfico há um tipo de interação que facilita a exploração dos dados” (CAIRO, 2008. p. 71).

Figura 13 – Três tipos de interação



Fonte: Cairo (2008)

O primeiro tipo de interatividade é a instrução, a qual é mais comum, principalmente (mas não somente), por meio de botões. Nesta modalidade, encaixam-se infográficos de estrutura narrativa linear, como os de explicações passo a passo e de reconstrução de acontecimentos. A segunda forma de interação é a manipulação. Nela, há interação através de pequenas alterações nas características físicas das infografias, como mudança de cor, tamanho e posição dos elementos infográficos.

Por fim, o terceiro tipo de interação é a exploração. A exploração dá a possibilidade de movimento total e imersivo ao usuário da *web*, mesmo que apenas aparentemente. Não é comum ver muitas infografias assim, pois além do alto custo, há dificuldade na produção. Mais cotidianamente, encontramos infográficos com desenhos em três dimensões, que trazem elementos como movimento e imersão às produções.

Além disso, existe um motivo óbvio pelo qual a exploração não está presente na infografia: os infográficos jornalísticos são apresentações visuais de dados específicos e não totais, como vimos anteriormente, por isso, ao produzir a infografia, o *designer*, infografista

ou jornalista limita as escolhas de movimento dentro da infografia digital, o que impede a movimentação total dos navegantes (CAIRO, 2008).

Figura 14 – Exemplo de infografia que utiliza o recurso da interatividade.



Legenda: Em infográfico sobre como funcionam os vídeos em 3D, o usuário controla experiência de movimentação dentro do vídeo. A página apresenta textos superpostos uns em cima dos outros, à esquerda, devido a um erro na página do *site*. Porém, o destaque está no uso da interação no infográfico. Fonte: Nexo Jornal (2020).

Além da interatividade (Figura 14), segundo Cairo (2008), outra característica das infografias *online* é a multimídia. Todas as ferramentas comuns na mídia audiovisual, como diagramas, vídeo, áudio, galerias de fotos etc., podem estar presentes na infografia *online*. Porém, a simples utilização desses recursos não os define como multimídia. Por isso, Cairo (2008), a respeito dos infográficos multimídia, defende que “devemos nos referir ao seu grau de multimídia (número de códigos usados em uma única apresentação) e sua qualidade, que tem a ver com o nível de adequação da imagem” (CAIRO, 2008, p. 80).

Para Cairo (2008), a interação e o poder das infografias de ampliar a cognição encaminham a visualização para uma revolução, a qual ele chamou de “a grande transição”.

A respeito desta mudança, apresentaremos a seguir o que Cairo acredita ser a nova forma de apresentação dos infográficos na *Internet*.

### 3.3.2 O Infográfico como Ferramenta

Para Cairo (2008), enquanto os meios tradicionais do jornalismo impresso, como jornais e revistas, enfrentam desafios para transportar seu conteúdo para a *Internet*, as iniciativas exclusivamente *online* assumiram a liderança. Isto porque, estes veículos entenderam a necessidade dos usuários, permitindo que a informação presente nas infografias seja, em certo grau, manipulada, o que as torna úteis em muitas situações.

Por este motivo, enxerga-se que, em muitos casos, o infográfico deixa de ser uma apresentação estática de dados, inanimada, sem interação, e passa a ser uma ferramenta que os internautas podem utilizar para analisar as informações presentes na página. Cairo (2008), chama esta forma de infográfico de “infografia-ferramenta”.

Neste sentido, além da mudança na forma de interação entre usuário e infografia, a produção do infográfico também se altera. “Nesse novo paradigma, o jornalista visual deixa de ser aquele que interpreta os dados para o leitor, para se tornar aquele que cria as ferramentas que o leitor pode usar para *revelar a realidade* para si mesmo” (CAIRO, 2008, p. 68. Grifo no original).

Cairo (2008), estabelece três características dessa classe de produtos de visualização de informação e dados: utilidade, personalização e certa atemporalidade.

Acreditamos que este tipo de visualização de informação, chamado de “infografias-ferramenta” possa ser encontrada nas páginas *online* da seção Gráficos do *Nexo Jornal*, veículo digital que surgiu em 2015, cujo as infografias são analisadas nesta monografia.

A partir desta breve Revisão Bibliográfica sobre os infográficos, pudemos compreender um pouco da história dessa linguagem nos últimos 38 anos. Identificamos na trajetória dos veículos brasileiros a valorização do uso da infografia em seus projetos gráfico-editoriais, bem como o reconhecimento, através de premiações internacionais, da utilização dessa ferramenta. Compreendemos também as diferenças e aplicações dos infográficos enciclopédicos e jornalísticos, sendo estes mais importantes para esta pesquisa. Traçamos ainda a exposição das características dos infográficos digitais, que são os objetos de estudo desta monografia. Em geral, este capítulo nos auxilia a conhecer e mergulhar no tema desta monografia: os infográficos. Adiante, apresentaremos o *Nexo Jornal*, detalhando sua política editorial, história e equipe de produção das infografias.

## 4. *NEXO JORNAL*

Neste capítulo, trataremos das peculiaridades do *Nexo Jornal*. Por isso, utilizaremos a pesquisa realizada por Hoewell (2018), a respeito do jornal digital. Apresentaremos também informações coletadas junto ao veículo por nós ao longo do desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Por fim, exibimos os resultados e uma breve entrevista realizada pela autora desta pesquisa com parte da Equipe de Infografia de Gráficos do jornal. Assim, as informações levantadas aqui tem o objetivo de disponibilizar o máximo de conhecimento possível a respeito do *Nexo Jornal*.

### 4.1 Apresentação

Em São Paulo (SP), Paula Miraglia, cientista social, Renata Rizzi, engenheira, e Conrado Corsalette, jornalista, juntam-se para criar um jornal digital. É assim que surge o objeto de pesquisa desta monografia: o *Nexo Jornal* (Figura 15). Lançado em novembro de 2015, o veículo apresenta-se como “um jornal digital para quem busca explicações precisas e interpretações equilibradas sobre os principais fatos do Brasil e do mundo” (NEXO JORNAL, 2017).

Segundo o *Nexo Jornal* (2019), o objetivo do *site* é ampliar o acesso a dados e estatísticas, bem como produzir conteúdo que agregue contexto às notícias. Dos fundadores, apenas Conrado Corsalette havia atuado no jornalismo anteriormente, tendo passado pelos veículos impressos *Estadão* e *Folha de S.Paulo*, atuando como repórter e editor. Paula Miraglia é doutora em Antropologia Social e ex-consultora do Banco Mundial e do Banco Interamericano para o desenvolvimento e Renata Rizzi é doutora em Economia. Os três investiram capital próprio para a criação da empresa, em 2015.

Figura 15 – Página inicial do veículo em 10 de junho de 2020.

**NEXO** 🔍 f t y i s edu ANA LUIZA

**Podcast**  
**Durma com essa**  
 Como entender as 3 investigações em torno do caso Marielle  
 Antonio Mammi e Leticia Arcoverde

**Entrevista**  
**‘Não há recuperação econômica sem resolver o contágio do vírus’**  
 Marcelo Roubicek

**EXPRESSO**  
**A operação da Polícia Federal contra o governador do Pará**  
 Cesar Gaglioni

**EXPRESSO**  
**A retirada de ‘E o vento levou’ do streaming. E o racismo nas artes**  
 Cesar Gaglioni

**EXPRESSO**  
**Qual o impacto das máscaras descartáveis na natureza**  
 João Paulo Charleaux

**EM ALTA**

- 1 EXPRESSO **Quais os 12 países do mundo sem registros da covid-19** João Paulo Charleaux
- 2 EXPRESSO **Verba cortada e fila: o Bolsa Família na pandemia** Marcelo Roubicek
- 3 EXTERNO **Crianças precisam de educação física, mesmo fora da escola** Collin A. Webster
- 4 EXPRESSO **A revisão dos padrões de beleza. E as novas rotinas da pandemia** Juliana Domingos de Lima
- 5 EXPRESSO **Como o regime militar reagiu à crise de meningite nos anos 1970** Isabela Cruz

**boletim coronavírus**  
 NEWSLETTER COM CONTEÚDOS DO NEXO E UMA CURADORIA DE MATERIAIS EXTERNOS SOBRE O TEMA  
 INSIIRA SEU E-MAIL RECEBER

Este site é protegido por reCAPTCHA e a Política de Privacidade e Termos de Serviço Google se aplicam.

**boletim coronavírus**  
**Novas mortes por covid-19 por dia**  
 411.195

**INDEX**  
**A pandemia do coronavírus no Brasil e no mundo**  
 Diante de um problema de saúde pública global, liberamos o acesso a todos os conteúdos sobre a covid-19. Neste Index, entenda a genealogia da doença, sintomas, taxa de mortes, impactos econômicos e a busca por uma vacina.

**boletim coronavírus**  
 MORTES NO MUNDO ATÉ HOJE  
 411.195

BRASIL ARGENTINA  
 150 dias

Em sua apresentação editorial, na aba “Sobre o Nexo”, o jornal afirma que o propósito do veículo é produzir um jornalismo que seja capaz de aprimorar o debate público, através de três atributos: o equilíbrio, a clareza e a transparência (NEXO JORNAL, 2019). Estes conceitos constituem os princípios editoriais do veículo. Ao citar o equilíbrio, o *Nexo Jornal* (2019) busca “dialogar com as mais diversas perspectivas, grupos sociais e políticos, mesmo que antagônicos”.

A clareza viria através da soma do interesse dos internautas à fatos “de relevância”. E, por fim, a transparência estaria na confiança estabelecida com os leitores do *site*. Ainda na página de apresentação, estão expostos as constatações dos princípios adotados pela empresa: os intertítulos “Credibilidade”, projeto global de qual o veículo faz parte, que preza por “padrões de transparência que ajudem o público a avaliar a qualidade e a confiabilidade do jornalismo e, assim, a fazer escolhas bem informadas”, e “Prêmios” (Figura 16), onde estão expostas as condecorações endereçadas ao veículo no Brasil e no exterior.

Figura 16 – Jornal digital ganha medalha de bronze na categoria “*Planned Coverage*” do Malofiej.

Planned Coverage		
11	Gold	The New York Times (USA). 2018 Winter Olympics
11	Bronze	Financial Times (UK). Gender pay gap: how women are short-changed in the UK
11	Bronze	<a href="#">Nexo Jornal (Brazil). 2018 Elections Coverage - Nexo Jornal</a>
11	Bronze	The New York Times (USA). 2018 U.S. Midterm Elections
11	Bronze	The Wall Street Journal (USA). The Art of the Millisecond
Portfolios		
12BA	Bronze	ProPublica (USA). Portfolio: Al Shaw
12BB	Bronze	The New York Times (USA). Features Staff Portfolio

malofiejgraphics.com  
 ● malofiej  
 ● facebook.com/malofiejgraphics

Fonte: Malofiej.

Em 2016, o *Nexo* recebeu da *Society for News Design* o prêmio ÑH de “Melhor publicação digital do ano”. Em 2017, foi a vez da distinção para o *design* nos veículos de comunicação. No mesmo ano, o veículo foi o primeiro a conquistar o *Online Journalism Awards*, na categoria “excelência geral em jornalismo *online* - pequenas redações” (NEXO, 2019).

Já em 2018, recebeu medalha de bronze no Malofiej 26, premiação internacional destinada à infografia, por seu portfólio. E em 2019, o *Nexo* foi premiado na categoria cobertura digital, pelo conjunto de gráficos produzidos sobre as eleições 2018.

Interação e integração são duas características que recebem destaque na Política Editorial da empresa. Segundo o *Nexo Jornal* (2019), a experiência do usuário está no centro da produção, e as possibilidades da *Internet* são exploradas através dos formatos como infográficos, vídeos, *podcasts* e materiais interativos.

Já a integração está presente tanto na estrutura organizacional, quanto na disposição do conteúdo *online*. Na redação (Imagem 1), os cerca de 30 profissionais de diversas áreas, como infografia, tecnologia, vídeo, reportagem, pesquisa/dados, arte, negócios e estratégia trabalham de forma integrada (HOEWELL, 2018).

Ao mesmo passo que, a disposição do conteúdo produzido se dá em um *site* com uma interface de “*design* agradável e bonito” com destaque para a “tecnologia de primeira qualidade” (NEXO JORNAL, 2019), que permite acessibilidade e integração dentro da redação do veículo. A identidade visual do veículo também parece refletir a estética do “agradável” e “tecnológico”. As cores da marca são o azul e o roxo, e toda paleta de cores do site usa cores alegres, vibrantes e que combinam entre si.

Quanto à categorização, o *Nexo* pode ser definido como veículo de comunicação de pequena redação. Além disso, o jornal circula unicamente através da *Internet*, o que, segundo Howell (2018), faz parte da identidade do veículo, sendo assim um “nativo digital”.

Entretanto, Paula Miraglia, cofundadora do veículo, refuta a ideia de que o *Nexo* seja uma mídia alternativa. Em entrevista, a atual diretora geral do *Nexo*, afirma: “a ideia de ser alternativo significa que você constitui a sua identidade por oposição a alguém” (DONINI, 2017). Para ela, o jornal tem uma proposta editorial bem construída, portanto, não é apenas a negação do modelo de produção clássico do jornalismo (HOEWELL, 2018).

Apesar disso, o modelo de negócio da instituição vai de encontro à separação entre setores editorial e comercial. O *Nexo*, se mantém essencialmente através de assinaturas, não adotando as publicidades. O *site* trabalha com o sistema de *paywall*, opção na qual o leitor tem acesso a cinco produções do veículo de forma gratuita por mês, ao atingir o limite de visualizações, o leitor é aconselhado a realizar a assinatura do jornal (Figura 17).

Existem dois planos de assinatura, um mensal, onde o assinante paga R\$12,00 por mês, e o anual, que custa R\$120,00 para 12 meses (valores referentes a outubro de 2020). Esta fonte de financiamento, que diverge do capital gerado a partir da venda de publicidade, possibilita ao *Nexo* um novo arranjo de negócios.

No jornal, “os modelos editorial e de negócio foram pensados juntamente” (DONINI, 2017). Assim, o veículo pode ser caracterizado como um participante de um movimento de jornalismo empreendedor (HOEWELL, 2018).

Figura 17 – Sistema de *paywall* do *site*.

The screenshot shows the top navigation bar of the Nexo website. On the left is the Nexo logo. On the right are icons for search, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, and Spotify, followed by a red 'ASSINE' button and a 'CONTA' link with a user icon. Below the navigation bar, there is a teal banner with the text 'Quer continuar?' and a sub-header 'Acesso livre'. The banner contains a message about reaching a free access limit and a 'COMEÇA OS PLANOS' button. Below the banner, the 'Acesso livre' section lists free content options: podcasts, YouTube videos, external articles, and a home link.

Já é assinante?  
Entre aqui

**Quer continuar?**

Parece que você gosta muito do Nexo e já atingiu o limite de acessos gratuitos nesse mês. Apoie o jornalismo independente brasileiro de qualidade. Assine o Nexo!

COMEÇA OS PLANOS

**Acesso livre**

Estes conteúdos do Nexo são sempre gratuitos:

- Ouça nossos [podcasts](#)
- Veja nossos vídeos [aqui](#) ou no nosso canal do [YouTube](#)
- Leia os artigos de nossos parceiros na seção [Externo](#)
- Ou então retorne à [home](#)

Fonte: Nexo Jornal.

Reflexo do seu potencial empreendedor, o *Nexo* propõe oferecer aos leitores um conteúdo diferenciado. A aposta do veículo está em infográficos, *design*, na tecnologia e na pesquisa, em vídeos e materiais interativos. O *Nexo* busca facilitar a leitura através de textos explicativos, uso frequente de subtítulos, os títulos costumam trazer perguntas do lead jornalístico (o que, qual, como, por quê), (HOEWELL, 2017).

Além disso, como citado anteriormente, a interação é uma característica valorizada pelo veículo, o que faz com que a produção seja prevalentemente voltada para conteúdos com “movimento, som e imagens”. (HOEWELL, 2018). Outro tipo de interação do veículo se dá por meio das mídias sociais.

O *Nexo* conta com 511 mil seguidores no Twitter, 432 mil curtidas no Facebook, 164 mil seguidores no Instagram (Figura 18), 223 mil inscritos no canal do YouTube, 7.650 inscritos no Spotify. (acesso realizado em nove de outubro de 2019). Outra forma de interação, e de diferencial de conteúdo que o *site* adota é distribuição de newsletters (os boletins informativos), mediante assinatura, através de *e-mail*. São quatro *newsletters* distribuídas pelo *Nexo*:

- 1) a\_nexo (envio de segunda à sexta),
- 2) Seleção da semana (envio aos sábados),
- 3) O que estamos lendo (envio aos domingos) e
- 4) Nos eixos (com ênfase para infografia e visualização de dados, de envio mensal)

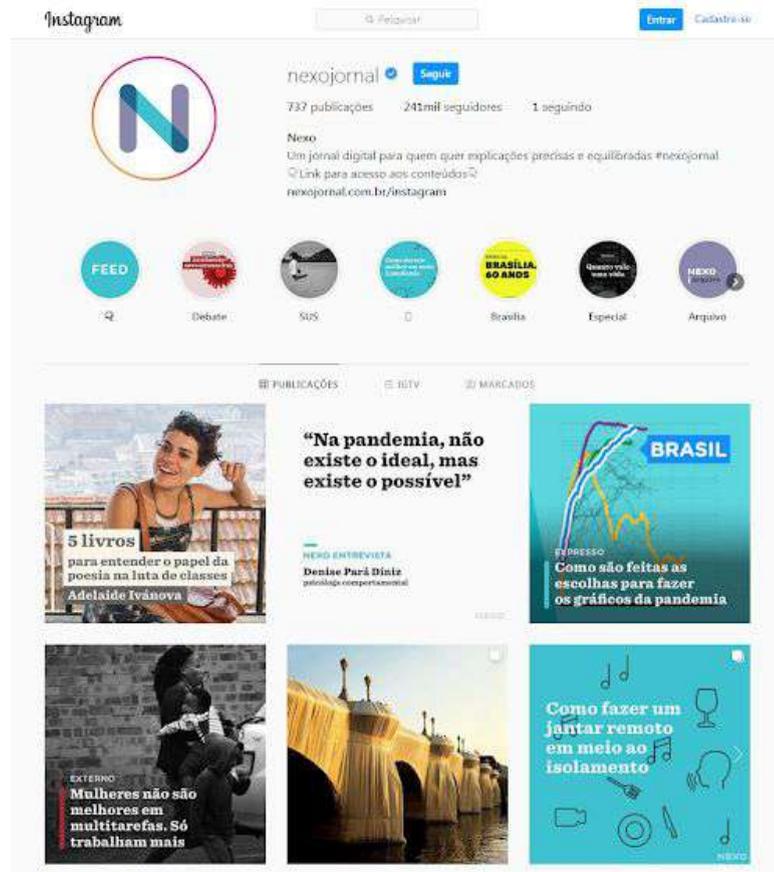
Já o *site* do jornal, endereçado em: <https://www.nexojornal.com.br/>, teve, segundo estimativas da plataforma *SimilarWeb*<sup>7</sup>, que mede tráfego de *sites*, em agosto de 2019 1,2 milhão de visitas. Em setembro, o número de visitas ao *site* subiu, foram 1,35 milhões. 43.27% dos acessos são feitos diretamente através da entrada no *site*, 33.14% são acessos feitos depois de buscas em plataformas de pesquisa, como o Google e 20.44% são acessos após cliques em redes sociais. Dos acessos através das redes sociais, a plataforma que trouxe mais leitores ao *site* foi o *Facebook*, seguido por *Twitter* e *Youtube*, respectivamente (acesso realizado em dez de outubro de 2019).

Quanto ao público, a plataforma indica que 94.27% dos acessos foram feitos no Brasil. Os países que estão em segundo e terceiro lugar são Estados Unidos e Portugal, respectivamente. Entretanto, não há mais informações sobre o perfil do público do *Nexo Jornal* disponíveis. Isso acontece porque a instituição não revela os números de audiência ou de assinantes (HOEWELL, 2018).

A diretora geral do *Nexo*, Miraglia, classifica os leitores do jornal em dois tipos: pessoas de idade mais avançada, que leem o jornal como forma de complemento e jovens, que se informam majoritariamente através do *Nexo* (DONINI, 2017). Outra particularidade do veículo em relação à dados é a falta de métricas de desempenho das matérias dentro da redação. Segundo Hoewell (2018), os números de audiência importam menos, pelo jornal não depender de publicidade. O interesse está em produzir conteúdo “que agregue à marca, consolide o lugar do veículo e conquiste um assinante”.

Figura 18 – Perfil do *Nexo* no Instagram em 10 de junho de 2020

<sup>7</sup> Plataforma online. Link: <https://www.similarweb.com/pt/website/nexojornal.com.br#search>.



Fonte: Instagram.

Já quanto ao arranjo da *site*, o *Nexo Jornal* é caracterizado pelo *layout* por seções. Por ordem, estão disponíveis as abas: expresso; explicado; gráfico (que tem valor significativo para esta pesquisa); vídeo; interativo; entrevista; serviço; ensaio; *podcast*; estante; especial; externo; acadêmico; profissões; e léxico. Há também a divisão de conteúdo quanto às temáticas, nas áreas de: Política, Economia, Internacional, Sociedade, Cultura, Ciência e Saúde, Tecnologia, Esporte e Meio Ambiente. As seções estão descritas a seguir:

1. *Expresso* é a seção que se dedica ao noticiário factual, trazendo a uma cobertura mais próxima dos acontecimentos recentes.
2. *Explicado* traz reportagens mais profundas, sendo a postagem das mesmas mais espaçadas.
3. *Gráfico* é a seção infográficos e visualização de dados
4. *Video* mostra entrevistas, imagens de arquivo e animações.

5. *Interativo* é uma seção “quiz”, onde há a explicação do fato e um breve questionário interativo para o internauta.
6. *Entrevista* apresenta textos no formato jornalístico, destaque para o formato de entrevistas pingue-pongue.
7. *Serviço* está associado à agenda cultural, situação do trânsito ou temas relacionados com cotidiano, como alimentação
8. *Ensaio* é a seção dos textos opinativos produzidos por colaboradores do *Nexo*.
9. *Podcast* apresenta programas produzidos pela equipe do *Nexo*
10. *Estante* apresenta resenhas, trechos e listas de livros
11. *Especial* são reportagens e textos de mais profundidade que geralmente tem a ver com datas comemorativas
12. *Externo*, seção de publicações do *Nexo*
13. *Acadêmico*, onde há publicações e discussões sobre textos vindos das Instituições de Ensino Superior
14. *Profissões* perfis de pessoas sobre suas carreiras
15. *Léxico* traz a origem de verbetes da língua portuguesa.

Figura 19 – Captura de tela das seções do *Nexo Jornal*.



Fonte: Nexo Jornal.

## 4.2 A Seção “gráfico” do *Nexo Jornal*

É a área do veículo dedicada aos infográficos e visualização de dados (Figura 19). Ao todo, a seção conta com mais de 600 matérias com gráficos, ilustrações e infografias. São trinta e duas páginas do *site* com aproximadamente vinte matérias em cada uma.

No conjunto de páginas podem ser encontradas infografias que abordam temáticas como: política; economia; internacional; sociedade; cultura; ciência e saúde; tecnologia; esporte; e meio ambiente. Estas são aquelas temáticas indicadas na página inicial do veículo, no item “navegue por temas”. As matérias do segmento “Gráfico” estão dispostas por ordem cronológica ao longo da seção. Ao clicarmos em uma matéria da subdivisão, encontramos matérias com os seguintes elementos (Figura 21):

- 1) Cartola
- 2) Título
- 3) Autor, data de publicação e edição/atualização
- 4) Abre
- 5) Temas
- 6) Botões de compartilhamentos
- 7) Infográfico, mapa ou gráfico
- 8) Fonte
- 9) Selo “*The Truth Project*”

Os gráficos do jornal têm sido produzidos com cores vibrantes e contrastantes entre si, como podemos ver na Figura 20. As infografias contam com ilustrações digitais de manipulação de fotografias, hiper-realistas, line arte e vetores. As visualizações de dados têm gráficos de área, de área polar, de bolhas, mapas de distribuição de pontos, mapa de árvore

Figura 20 – Página inicial da seção “Gráfico” em 10 de junho de 2020.



Fonte: Nexo Jornal (2020).

### 4.3 A Equipe de produção da seção “Gráficos” do Nexo Jornal

Interessados em compreender quem são os componentes da equipe de produção da seção Gráficos do *Nexo Jornal* e como funcionam suas rotinas produtivas, elaboramos um questionário voltado para os profissionais do veículo. Para sanar dúvidas sobre a equipe, a produção das infografias, as ferramentas utilizadas pelos profissionais, seus referenciais na área da infografia e visualização de dados e suas produções prediletas, dividimos o formulário *online* em seis seções:

1. Identificação: coletamos informações pessoais, como nome, idade e cidade e endereço eletrônico.

2. Equipe: solicitamos informações sobre a função de cada entrevistado nas equipes de Infografia e Gráficos do *Nexo*.
3. Rotina: recolhemos respostas sobre a rotina diária de produção dos integrantes da equipe.
4. Referências: pedimos que os profissionais indicassem quais veículos de comunicação serviam de referência para eles na área de Infográficos e JD.
5. Ferramentas: procuramos conhecer as principais ferramentas utilizadas pela equipe para produção das matérias.
6. Produções favoritas: por fim, perguntamos sobre as predileções de cada profissional.

Conseguimos contato com os profissionais através de uma rede social, o Twitter, onde foi feita a solicitação da entrevista e divulgação do *link* para o preenchimento da enquete online. Ao todo, quatro profissionais atenderam nossa solicitação e responderam nosso questionário. Foram dois colaboradores da área de Dados e dois da área de Infografia. As entrevistas na íntegra estão nos anexos deste trabalho.

A partir das respostas dos membros da equipe do *Nexo* entrevistados, entendemos que a equipe de produção das matérias da seção Gráficos é composta por duas partes: Dados e Infografia. Ao todo são sete profissionais voltados para produção dos gráficos, infografias e outras solicitações da redação do veículo. São três profissionais voltados para a equipe de Dados e quatro profissionais para a equipe de Infografia, respectivamente.

Figura 21 – Matéria da seção Gráfico com destaque nos elementos do cabeçalho

GRÁFICO

## Como são feitos os grafites gigantes nos prédios

Simon Ducroquet 19 de dez de 2015 (atualizado 09/08/2019 às 11h08)

Paredes dos edifícios que não têm janelas, as chamadas empenas cegas são cada vez mais usadas em obras visuais

TEMAS

CULTURA

COMPARTILHE



Há duas formas  
mais comuns de se  
fazer pintura mural



Fonte: Nexo Jornal com grifos da autora da monografia.

### 4.3.1 Equipe de Dados

Na equipe de Dados, os dois entrevistados quando perguntados sobre suas funções na equipe do jornal preencheram a opção “Cientista/Analista de dados”. Segundo estes profissionais, o papel da equipe é coletar, analisar e estruturar a visualização de dados. Os integrantes que responderam o formulário também afirmaram que são responsáveis pela produção, escrita e revisão de outros conteúdos em texto para o portal de notícias. A elaboração de pautas e correção e atualização da matéria/infografia/gráfico também fazem parte da função dos colaboradores. Segundo os analistas de Dados do *Nexo*, a rotina produtiva da equipe combina reunião de pauta, pesquisa e tratamento de dados, revisão dos gráficos antes da publicação e, em alguns casos, a postagem das matérias no *site*. Geralmente, a equipe trabalha na produção de uma matéria de JD por no mínimo um dia, podendo chegar a mais de 1 semana para matérias mais elaboradas.

Os profissionais da Equipe de Dados do *Nexo* utilizam para manipulação, análise e visualização de dados uma linguagem de programação chamada *R*. Os gráficos e cálculos estatísticos são tratados no *software* livre *Rstudio*. Além dessas ferramentas, eles também utilizam programas como *Adobe Illustrator*, *LibreOffice Calc*, *Google Sheets*, *Google Docs*, *GitHub*.

### 4.3.2 Equipe de Infografia

Já na equipe de Infografia os profissionais são responsáveis pela construção narrativa baseada nos dados coletados e analisados pelos colegas de redação. De acordo com os membros da equipe entrevistados, eles são os encarregados de dar visualidade aos dados do *Nexo Jornal*, transformando os gráficos em algo mais “palatável” ao público. Os dois colaboradores da Equipe de Infografia que submeteram respostas ao questionário se identificaram como Designer de Informação e Infografista do veículo, respectivamente. O Designer de Informação do veículo é o responsável por propor e discutir pautas, solicitar os dados, distribuir demandas, aperfeiçoar a produção, produzir gráficos e receber os retornos da edição. Já a infografista busca pautas, faz a adaptação de gráficos já prontos para linguagem visual e ilustra peças para os gráficos.

Figura 22 – Redação do Nexo Jornal



Fonte: Nelson Kon.

A rotina produtiva da equipe parece ser bem definida, tendo início com a reunião de pauta, seguida da elaboração do rascunho da infografia/gráfico e produção do design da infografia. Além disso, os membros da equipe também afirmaram que fazem a postagem da matéria na seção Gráfico, bem como a correção ou atualização da matéria, quando necessário.

Para construção dos infográficos, ilustrações, e outros elementos das matérias da seção Gráficos, integrantes da Equipe de Infografia utilizam os sistemas operacionais do pacote *Adobe* (*Illustrator* para gráficos, *Photoshop* para correção de imagens), *Flourish* e *RAWGraphs* para visualização de dados e gráficos e *Qgis* e *Google Earth* para confecção de mapas.

#### **4.4 O Processo de Produção**

A partir das respostas aos questionários compreendemos que a produção das infografias leva em média dois dias. No primeiro dia, a Equipe de Dados coleta, trata e apura os dados da matéria que será postada na seção Gráficos. No segundo dia, a Equipe de Infografia elabora o design da informação, pensando na visualização de dados e na construção da narrativa ao redor dessas informações.

Além disso, também entendemos que a redação dos textos que acompanham os gráficos e as infografias fica a cargo da Equipe de Dados. Há ainda as etapas de postagem e de correção. A partir das entrevistas realizadas, entendemos que a responsabilidade da postagem das matérias no site varia a cada matéria, uma vez que membros das duas equipes afirmaram ter essa tarefa como parte de suas rotinas. O mesmo acontece para correção ou atualização das matérias.

Portanto, as respostas dos entrevistados ao formulário colaboraram para assimilação do processo produtivo da seção Gráficos do *Nexo Jornal*. O formulário nos auxiliou a perceber a função de cada entrevistado na produção das matérias, a rotina que envolve as

equipes, as ferramentas utilizadas por cada componente e o processo de produção dos gráficos, infografias e ilustrações em geral.

Ao final deste capítulo, podemos perceber que o *Nexo Jornal* é um jornal voltado para “nativos digitais”. A sua linha editorial propõe um modelo de jornalismo livre de anúncios e baseado nas assinaturas dos leitores. Os assinantes em troca, recebem conteúdos exclusivos. O conteúdo do jornal, em geral, é explicativo e visual, baseado em formatos como infográficos, *podcasts*, *newsletters*, vídeos e materiais interativos. Também foi possível compreender como são elaboradas as infografias do *Nexo*, e como o processo de produção é coletivo e voltado para a melhor compreensão e visualização dos dados e da informação. No próximo capítulo, discutiremos os conceitos e aplicações da Semiótica.

## 5. SEMIÓTICA

Neste capítulo discutiremos a Semiótica como teoria, em seus conceitos, e, como metodologia, em suas aplicações. Abordaremos o modelo Semiótico de comunicação, que entende a comunicação como um sistema de signos, onde há produção e troca e sentido. Apresentaremos a Semiótica Peirceana e seu fundador, também explicaremos como os conceitos da Semiótica podem ser aplicados em análises. Este capítulo tem o intuito de nos aproximar da Semiótica para que possamos compreender o percurso de aplicação proposto nas análises comparativas.

A Semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem, ela busca investigar todas as linguagens possíveis, ou seja, tudo que se constitui como fenômeno de produção e de significação e sentido pode ser analisado, estudado, pelo viés semiótico, segundo Santaella (1983).

A história da Semiótica é extensa, tendo início, segundo Nöth (1998), nas investigações que tratam dos signos, da significação e da comunicação antes que o termo Semiótica fosse cunhado, uma Semiótica *avant la lettre*. Estas investigações têm origem em concomitância com a origem da Filosofia. Desde o período Grego-Romano até o século XIX, estão espalhadas, na história, análises e pesquisas detalhadas feitas por filósofos sobre os signos e significação.

Também há a Semiótica propriamente dita, que é a base para as investigações sobre a doutrina do signo como conhecemos hoje. Esta tem seus princípios em filósofos como John Locke, que em 1690 apontou em seus estudos uma doutrina dos signos com o nome de Semeiotiké. Antes disso, a teoria teve seus precursores na história da Medicina, que posteriormente passou a ser estendida para áreas de estudo mais amplas.

Nesse sentido, a Semiótica tornou-se uma disciplina que se propunha investigar "o conhecimento dos homens". Daí em diante a teoria geral dos signos teve diversas denominações. A origem do termo atual vem do grego *semeíon*, que se refere a "signo" e "sêma", que significa sinal ou signo (NÖTH, 1995). Além da Semiótica Peirceana, existem

outras Semióticas como a Semiótica Discursiva de linha Francesa, a Semiótica Cultura ou Russa, entre outras.

Também é preciso mencionar a distinção entre Semiótica e Semiologia, termos que se constituíram historicamente como rivais. A Semiótica é a ciência mais geral dos signos, o que inclui os signos animais e da natureza, enquanto a Semiologia refere-se unicamente à teoria dos signos humanos, culturais e, especialmente, textuais.

Portanto, podemos analisar semioticamente palavras, imagens, sons, gestos, pinturas, notícias, designs, músicas, etc. No que diz respeito às infografias, podemos analisar estes produtos, assim como outros, segundo indica Santaella (2005), em seus aspectos qualitativos, singulares e gerais. Também é possível analisar a referencialidade das infografias e a forma como elas são interpretadas, no sentido dos efeitos que elas causam em uma mente intérprete.

A Semiótica além de base teórica, também é a metodologia utilizada em diversas análises discursivas, comparativas, de design, etc. Assim, neste estudo, a Semiótica é, ao mesmo tempo, base teórica para aplicação e percurso metodológico de análise das infografias do *Nexo Jornal*. Utilizamos esse método porque entendemos que a Semiótica é uma teoria capaz de nos auxiliar a compreender os processos produtivos envolvidos na elaboração das infografias.

Para Fidalgo e Gradim (2003), nos estudos de comunicação encontram-se duas correntes teóricas de investigação: a do fluxo de informação (Teoria Matemática da Informação) e a da produção e troca de sentido (Semiótica). A primeira é baseada nos estudos de Shannon e Weaver de 1949. Nessa corrente a comunicação é vista como uma transmissão de mensagens/informações, assim, o foco está no fluxo informativo. Na Teoria Matemática da Informação, uma fonte passa informação a um transmissor e através de um canal a mensagem chega ao receptor, que por sua vez a passa a um destinatário. A partir dessa corrente teórica foi possível estudar o fluxo informativo, além de conceitos como redundância, ruído, transmissor, receptor e canal.

Já a corrente teórica da produção e troca de sentido da Escola Semiótica, utilizada nessa pesquisa, é a que tem foco na criação, significação e formação das mensagens a serem transmitidas. Nesse modelo, a comunicação se dá através de signos, que estão nas mensagens, estas, por sua vez, induzem o interlocutor a elaborar outras mensagens com signos e assim por diante.

A preocupação dos teóricos dessa corrente são a respeito dos signos, que tipos são utilizados para criar mensagens, quais são as regras de formação, que códigos os interlocutores compartilham entre si para que a comunicação seja possível, quais as denotações e conotações dos signos utilizados.

Dessa forma, o modelo Semiótico de comunicação não é linear, o que significa enxergar a comunicação não como um fluxo, mas como um sistema de signos (FIDALGO; GRADIM, 2003). Estas colocações sobre a produção e troca de sentido nos ajudam a entender como a Semiótica pode ser aplicada para analisar os fenômenos da Comunicação, como as infografias jornalísticas.

## **5.1 Semiótica Peirceana**

Para esta monografia, a proposta de aplicação é a da Semiótica Peirceana, de Charles Sanders Peirce (1839-1914). Contudo, nossas leituras sobre a obra de Peirce (Figura 23) são baseadas nas obras de Lúcia Santaella (2005) e Nöth (1998). Estes pesquisadores são importantes divulgadores científicos da teoria Semiótica no Brasil e, assim, seus textos foram escolhidos para o aporte teórico-metodológico dessa pesquisa.

Por isso, neste capítulo discutiremos primeiramente sobre a Semiótica como ciência, para, em segundo lugar, apresentar os conceitos da Semiótica e o percurso metodológico a ser seguido na análise comparativa aqui proposta. Assim, quando chegarmos a análise propriamente dita, a afinidade com os conceitos e método de aplicação será maior.

Para Santaella (1983), Semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem. Nesse sentido, a Semiótica busca investigar todas as linguagens possíveis, ou seja, tudo que se constitui como fenômeno de produção e de significação e sentido pode ser analisado, estudado, pelo viés semiótico.

Para Nöth (1998), a Semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura. Sendo assim, podemos analisar semioticamente qualquer expressão da linguagem (verbal e não verbal), palavras, imagens, sons, gestos, pinturas, notícias, designs, músicas, todas as suas dimensões e tipos de manifestações do homem e da natureza. Além disso, a Semiótica também estuda os processos de comunicação e percepção, já que não há mensagem sem signos (SANTAELLA, 2005).

Esta teoria segundo Santaella (2005), fornece definições e tem um catálogo de conceitos que possibilita estratégias metodológicas para análises dos mais diversos aspectos das linguagens e da comunicação. Assim, esta ciência é importante para analisar as infografias porque, por intermédio dela, podemos entender as qualidades e particularidades culturais envolvidas no processo de feitura dessas produções.

Além disso, ao olhar semioticamente para uma infografia estamos observando suas propriedades e desdobramentos. Assim, a análise semiótica pode nos levar a compreender que informação os signos dos infográficos transmitem, qual sua natureza e seu poder de referenciação, como eles funcionam em sistemas.

E, por fim, por ser uma ciência que tem suas origens na Filosofia e na Lógica, a Semiótica permite um olhar aprofundado do objeto. Ao possibilitar a descrição, análise e avaliação dos fenômenos, esta ciência nos auxilia a analisar o potencial comunicativo dos fenômenos, neste caso específico, dos infográficos jornalísticos do *Nexo Jornal*. Na comunicação, podemos utilizar a Semiótica para analisar cores, formas, linhas, o poder sugestivo e metafórico das produções e ainda os efeitos que os produtos comunicacionais podem gerar em uma mente receptora.

Portanto, ao analisar semioticamente os infográficos do *Nexo Jornal*, podemos visualizar de modo mais aprofundado o fundamento das infografias. Ou seja, a infografia como signos, suas qualidades e propriedades, suas particularidades, o contexto em que elas foram produzidas e seu aspecto cultural. Também podemos analisar as representações presentes nos infográficos, seu poder de indicação, sugestivo, metafórico e denotativo. E ainda há a possibilidade de investigar os efeitos produzidos nas mentes dos leitores/internautas a partir da interpretação das infografias. Dessa forma, a Semiótica como metodologia, nos auxilia a analisar o potencial comunicativo dos infográficos, através da descrição, análise e avaliação desses signos.

Para Santaella, a nossa realidade exige uma ciência que acompanhe a evolução da linguagem e das representações da nossa realidade. Portanto, a teoria de Peirce pode funcionar como uma forma de auxiliar na compreensão de como agem as representações em nosso cotidiano, que é cada vez mais atravessado pelo fluxo contínuo de informações (SANTAELLA, 2005).

Antes de nos aprofundarmos nos conceitos e bases teóricas da Semiótica, acreditamos ser necessário um momento de digressão para apresentar o cientista que traçou os conceitos deste método.

## **5.2 Peirce, o cientista e a obra**

Charles Sanders Peirce formou-se Bacharel em Química pela Universidade de Harvard. Porém, ele também foi matemático, físico, astrônomo, além de estudar biologia e geologia. Durante sua vida, devotou-se à Lingüística, Filologia e História e trouxe contribuições à Psicologia. Era poliglota e admirador da Literatura de Shakespeare e de Edgar Allan Poe. Chegou a escrever um longo conto, e no fim de sua vida, estava escrevendo uma peça de teatro (SANTAELLA, 1983).

Para Santaella (1983), Peirce era, acima de tudo, um cientista. A dedicação às mais diversas ciências pode ser explicada por seu grande apreço pela Lógica. Estudar ciências exatas ou naturais, físicas ou psíquicas, era para ele um modo de se dedicar à Lógica. Por causa da abrangência de seu campo de estudo, Peirce tinha noção de que talvez sua empreitada não obtivesse êxito.

Figura 23 – Charles Sanders Peirce



Fonte: Wikipédia.

Durante toda a vida, Peirce dedicou-se ao propósito do reconhecimento da Lógica como ciência, e, assim como outras grandes personalidades da literatura, das artes e das ciências, viveu uma vida solitária, escassa e sem qualquer tipo de vitória. Somente quatro anos antes de sua morte, em 1910, foi referenciado pela primeira vez como um lógico e o reconhecimento como filósofo aconteceu após sua morte.

Segundo Santaella (2005), a Semiótica é uma das ciências que Peirce estudou ao longo de sua ampla arquitetura filosófica. Na base da Semiótica de Peirce, está o interesse por investigar o modo como apreendemos qualquer coisa que aparece à nossa mente. Para nós, o interesse de aplicar isso ao estudo das infografias é importante porque permite um mergulho aprofundado em como capturamos e interpretamos os signos, como palavras, ilustrações e fotografias, presentes nos infográficos.

Este interesse fornece fundações para três ciências normativas as quais Peirce dedicou-se: a estética, a ética e a lógica. A Estética de Peirce responde sobre os ideais que guiam nosso sentimento, a Ética trata dos ideais que orientam nossa conduta e a Lógica, chamada de Semiótica, estuda os ideais e normas que conduzem o nosso pensamento.

A Lógica ou Semiótica de Peirce, divide-se em três ramos: a gramática especulativa, que estuda as representações e formas de pensamento que eles possibilitam; a lógica crítica, que investiga os tipos de inferências, raciocínios ou argumentos que se estruturam através das representações, e a metodêutica ou retórica especulativa, que analisa os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem (SANTAELLA, 2005). Dentre as três, a gramática especulativa é a que nos interessa.

Santaella (2005) afirma que a gramática especulativa é uma teoria geral de todas as espécies possíveis das representações, das suas propriedades e seus comportamentos, dos seus modos de significação, de denotação de informação e de interpretação. Seus conceitos nos ajudam a descrever, analisar e avaliar: fala, escrita, gestos, sons, comunicação dos animais, imagens fixas e em movimento, audiovisuais, hipermídia etc.

Desse modo, essa teoria semiótica, possibilita um mergulho no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são arquitetadas, nos métodos e recursos nelas utilizados. Portanto, nas palavras da autora;

Frente a esse potencial, não há nada mais natural, portanto, do que buscar, nas definições e classificações abstratas de signos, os princípios guias para um método de análise a ser aplicado a processos existentes de signos e às mensagens que eles transmitem, tais como aparecem em poemas, músicas, pinturas, fotos, filmes, matérias de jornal, dança, peças publicitárias, em qualquer meio em que essas peças possam aparecer: impresso, foto, cine ou videográfico etc. (SANTAELLA, 2005: 5)

Dessa forma, a Semiótica de Peirce, para Santaella (2005), pode ser considerada como um percurso de método-análise, que busca compreender os processos de significação e também a forma como reagimos às mensagens, como percebemos, sentimos e entendemos

elas. Assim, no caso das infografias, podemos usar esse percurso para compreender quais infográficos possuem maior capacidade semiótica para informar através das representações gráficas.

Entretanto, para a compreensão desses processos e aplicação da ciência, é necessário nos aprofundarmos em mais bases teóricas semióticas. Compreender que o estudo dos acontecimentos está na base da Semiótica, entender como estes fenômenos apresentam-se às nossas mentes como receptores, do que são constituídos e como podemos aplicar os conceitos em análises.

### **5.3 Semiótica Aplicada**

Aplicar a teoria Semiótica de Peirce às formas de linguagem (verbal e não-verbal) e de representação da realidade não é simples, uma vez que os conceitos são gerais e abstratos (SANTAELLA, 2005). Segundo Santaella (2005), para desenvolver uma análise semiótica há um percurso teórico metodológico a ser seguido.

Em primeiro lugar, devem ser apresentadas as Bases Teóricas para a aplicação dos conceitos; em segundo lugar, é necessário apresentar o percurso para a aplicação, para então, em terceiro lugar, desenvolver a análise semiótica. Tendo em vista esse método de aplicação, seguiremos este modelo para este Trabalho de Conclusão de Curso. Vamos começar pela Fenomenologia, um dos conceitos elaborados por Peirce para investigar o modo como apreendemos as coisas.

#### **5.3.1 Fenomenologia**

Fenômenos são todos os acontecimentos ou ocorrências que podem ser por nós observadas. Peirce descreve por fenômeno tudo aquilo, qualquer coisa, que aparece à

percepção e à mente. Na comunicação são fenômenos: qualquer fato cultural que produza sentido, através da linguagem e da comunicação. Os fenômenos podem ser representados por anúncios na televisão, notícias no jornal, infográficos em revistas, produções audiovisuais, etc.

Peirce, através da observação direta dos fenômenos, pormenoriza as diferenças entre os fenômenos e universaliza as observações até ser capaz de chegar à conclusão de que há classes de características universais presentes em todas as coisas. Este trabalho de observação, descrição e análise das experiências que estão em aberto para todos, no dia a dia, em cada acontecimento do nosso cotidiano, seria a Fenomenologia (SANTAELLA, 1983).

Segundo Santaella (2005), Peirce chega à conclusão de que há três elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção e à mente. São as três categorias, modos como os fenômenos aparecem à consciência, chamadas de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade.

De forma geral, a primeiridade tem relação com a qualidade, sentimento, originalidade. A secundidade está relacionada à dualidade, ação e reação, conflito. Já a terceiridade remete à interpretação, crescimento, inteligência. Isto significa dizer que todos os fenômenos apresentados à mente aparecem à consciência numa gradação de três propriedades (SANTAELLA, 1983).

Porém, estas categorias não podem ser confundidas com elementos mentais: elas são modos de operação do pensamento que se processam na mente. Além disso, estas formas como os pensamentos são desencadeados não são desagregadas. Na maior parte das vezes, as categorias são simultâneas na mente, ainda que possam ter suas características bem descritas separadamente (SANTAELLA, 1983).

### 5.3.2 Primeiridade, Secundidade, Terceiridade

A primeiridade é a categoria da Fenomenologia que se baseia na qualidade do sentimento. O presente, o imediato, o fresco, o novo, o original pertencem à primeiridade. O sentir (SANTAELLA, 1983).

Caso fosse possível congelar nosso estado de consciência por um momento e retirar dela a qualidade de sentimento, estaríamos adentrando na primeiridade. Por exemplo: deitar-se sobre a grama e observar as nuvens em um dia de céu azul, ter consciência da sua existência. Sentir as sensações que o rodeiam, sua roupa em seu corpo, as pontas finas do gramado tocando a sua pele, ouvir o vento ao seu redor. Saber onde está, com quem está. Ver a luz do sol, experimentar o aroma ao seu redor, sentir o calor do dia. Esta experimentação de um conjunto de sensações que não passam de sensações é a primeiridade. Experiências como esta, de sentimento, de presença, que nos levam a contemplação, a meditação, a divagação, se aproximam do estado próprio da primeiridade, o de qualidade de sentimento. Para Santaella (2005), estas qualidades de sentimento estão sempre a nos rodear, mesmo que não se note. São quase pensamentos, quase percepções, partes constituintes de qualquer coisa que esteja imediatamente presente em nossa consciência.

Apesar de durar apenas um instante e de não ser analisável, nem capturável, a primeiridade pode ser prolongada. Produções cinematográficas, músicas, a estética de obras de artes, poemas podem levar a primeiridade ao seu limiar, quando atrasam nossos julgamentos e prolongam nossas sensações (SANTAELLA, 2005). Em resumo, nas palavras da autora:

Consciência em primeiridade é qualidade de sentimento e, por isso mesmo, é primeira, ou seja, a primeira apreensão das coisas, que para nós aparecem, já é tradução, finíssima película de mediação entre nós e os fenômenos. Qualidade de sentir é o modo mais imediato, mas já imperceptivelmente medializado de nosso estar no mundo. Sentimento é, pois, um quase-signo do mundo: nossa primeira

forma rudimentar, vaga, imprecisa e indeterminada de predicação das coisas (SANTAELLA, 1983, pág. 30)

Nas infografias, há alguns aspectos que podem ser percebidos nos momentos iniciais de contemplação, ou seja, na primeiridade, por exemplo: as cores e formas, arranjo das palavras, estruturação da composição da peça gráfica, elementos em destaque, como fotografias e títulos em letras garrafais, etc. Ou seja, em um primeiro olhar, nas infografias sentimos, ou captamos, aquilo que é imediato, emergente e salta aos olhos na primeiridade.

A secundidade é a categoria da fenomenologia que se baseia na dualidade, ação e reação, no conflito. As percepções, ações e reações fazem parte da secundidade (SANTAELLA, 2005). O ato de perceber, notar, fazer a distinção entre duas coisas é se aproximar do estado próprio dessa categoria.

Em um infográfico, a secundidade pode ser descrita como o momento em que começamos a fazer inferências, aproximações entre os elementos que captamos na primeiridade e nossa bagagem cultural de interpretação. Percebemos as diferenças e singularidades dos elementos nas infografias, notamos as distinções de tamanhos entre letras, formas, imagens. A secundidade é quando começamos a distinguir as diferenças entre signos apreendidos na primeiridade.

Assim, sempre que há um fenômeno há qualidade de sentimento, como já vimos, porém, há também ação, reação, interação, que corporificam, dão caráter real, ao existir. Simplesmente estar vivo, existindo, significa reação da consciência em relação ao mundo. (SANTAELLA, 1983). Assim, para Santaella (1983, pág 31), “secundidade é aquilo que dá à experiência seu caráter factual, de luta e confronto. Ação e reação ainda em nível de binariedade pura, sem o governo da camada mediadora da intencionalidade, razão ou lei”.

A terceiridade é a categoria da fenomenologia que se baseia na interpretação, crescimento, inteligência. É nesta categoria que um primeiro se aproxima do segundo num movimento intelectual, é a camada do pensamento, através da qual representamos e interpretamos o mundo (SANTAELLA, 1983).

Para Santaella (1983), quando apresentados a qualquer fenômeno, a nossa consciência produz uma representação, um pensamento, que funciona como mediação entre nós e os acontecimentos. Segundo a autora, “o homem só conhece o mundo porque, de alguma forma, o representa e só interpreta essa representação numa outra representação” (SANTAELLA, 1983, pág 32).

Assim, a interpretação e compreensão constituem estado próprio da terceiridade. Portanto, para Santaella (2005), a forma mais simples da terceiridade são os signos, as representações, já que estes são representações que se apresentam à mente, ligando um segundo (aquilo que é representado), a um terceiro (o efeito que a representação irá provocar em um possível intérprete).

Na observação de uma infografia, a terceiridade pode ser interpretada como o momento de interpretação e compreensão dos signos presentes. Neste momentos fazemos a leitura de textos, interpretamos informações contidas em gráficos e imagens e realizamos ações. Além disso, é durante este processo que fazemos críticas e elaboramos comentários mentais. Ou seja, a terceiridade pode ser interpretada como o momento de reflexão, quando produzimos pensamentos baseados na interpretação dos elementos que percebemos na primeiridade e distinguimos na secundidade.

### **5.3.3 O que dá fundamento ao Signo: o signo em si**

Signo é algo que representa outra coisa. Seu papel é representar, substituir, equivaler a algo diferente dele (SANTAELLA, 1983). Para Santaella (2005), o signo é qualquer coisa de qualquer espécie, seja uma pintura, um livro, uma palavra, uma pessoa, um museu, etc, que representa uma outra coisa, o objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente, cujo efeito interpretativo é chamado de interpretante do signo. Ou seja, o signo é a relação entre o signo em si (representamen), objeto e interpretante (Figura 24).

Em uma infografia jornalística, existe uma propensão para classificar o signo em si (material) como sendo a infografia, uma representação gráfica. O objeto (referente do signo, aquilo de que ele fala, a que ele se refere) pode ser visto como o fato noticioso, algum acontecimento de interesse público que possa ser transformado em notícia. Já o interpretante (o resultado da ação semiótica) pode ser um signo interpretativo ou ação, ou seja, todo tipo de conclusão interpretativa, através de signos, que se dá na mente de um leitor ou internauta que enxerga, distingue e por fim elabora pensamento sobre aquela peça gráfica de valor informativo.

Ou seja, qualquer coisa que esteja presente à mente tem a natureza de um signo, desde que esteja em substituição a outra coisa (objeto) e cause um efeito interpretativo em uma mente (interpretante). Todo signo tem dois objetos e três interpretantes. A relação de representação entre signo, objeto e interpretante tem uma natureza triádica.

Figura 24 – Tríade do Signo Peirceano



Fonte: Autora.

Dessa forma, o signo pode ser analisado: pelas suas propriedades internas, ou seja, no seu poder para significar; em relação àquilo que ele indica, se refere ou representa; e pelos tipos de efeitos, de interpretação que ele tem o potencial de despertar nos seus receptores. Estas definições e classificações de signo são lógicas e gerais, quase matemáticas. O que Peirce desejava era elaborar conceitos sógnicos tão gerais que pudessem ser base a qualquer ciência aplicada (SANTAELLA, 2005).

### **5.3.4 Classificação dos signos: quali-signo, sin-signo, legi-signo**

Seguindo essa divisão das três partes que compõe o signo, Peirce arquitetou redes de classificações sempre triádicas dos tipos possíveis de signo. Dessas tríades, as mais importantes são: a da relação do signo consigo mesmo, do signo com seu objeto e do signo com seu interpretante. Dessas relações surgem as classificações dos signos: da relação do signo em si surgem os quali-signos, da relação do signo e seus objetos vêm os sin-signos e, por fim, da relação do signo com os interpretantes surgem os legi-signos (SANTAELLA, 1983).

Na relação do signo consigo mesmo, no aspecto, na aparência ou no modo de ser, o signo pode ser uma mera qualidade, quando uma qualidade funciona como signo, chamamos de quali-signo. Essa propriedade de qualidade é o que basta para fazer algo ser signo (SANTAELLA, 1983). Os quali-signos são as características que menos especificam o signo, como as cores e as texturas. Um bom exemplo de quali-signo é a utilização da cor azul para representar o céu e o mar em infográficos. Isso porque a cor azul desses elementos da natureza é uma qualidade, uma característica própria deles que é geral, e não particular. Assim, o que está sendo representado é a aparência geral do atributo em si.

Na relação do signo com seu objeto (da substituição em relação a outra coisa), quando uma coisa singular funciona como signo porque indica o universo do qual faz parte, chamamos de sin-signo. Tudo que se apresenta como existente, material, singular é um sin-signo. Isso porque o aspecto singular do signo, suas particularidades, indica o universo a

qual ele faz parte. Um signo só pode ser signo porque uma parte dele representa outra coisa senão ele, esse poder de referência é o que faz um signo funcionar como sin-signo (SANTAELLA, 1983). Os sin-signos são os aspectos que individualizam o signo, com sua forma e suas dimensões.

Uma fotografia, em determinados contextos, pode ser interpretada como um exemplo de sin-signo, uma vez que a foto representa o que está contido nela por causalidade, espacialidade e temporalidade. Uma fotografia é capaz de indicar um fenômeno e em qual tempo-espaço ele ocorre. Nas infografias, por exemplo, muitas vezes a fotografia substitui algo ou alguém, funcionando como indício de que aquilo é real e faz parte do evento ou fato noticiado.

Na relação do signo com o efeito interpretativo que uma representação pode causar em um intérprete, ou seja, na relação signo-interpretante, quando um signo traz em si uma lei, que determina que aquele signo representa seu objeto, chamamos de legi-signo. Palavras, todas as convenções socioculturais, as leis do direito, são legi-signos (SANTAELLA, 1983).

### **5.3.5 A que os signos se referem: objeto**

Objeto do signo pode ser interpretado como a forma como o signo representa. Segundo Santaella (2005), assim como o signo, o objeto do signo também pode ser qualquer coisa de qualquer espécie. Uma coisa é objeto do signo quando ela, de alguma forma, representa o signo. A depender da propriedade do signo, a maneira como o objeto o representa será diferente. São dois os tipos de objeto: imediato e dinâmico.

### **5.3.6 Objeto Dinâmico e Imediato**

O objeto dinâmico é aquilo que substitui o signo, a coisa em si, algo concreto a que só temos acesso através da representação, da mediação. Por sua vez, esta representação que indica, se assemelha, sugere, evoca o signo é o objeto imediato. Dessa forma, o objeto dinâmico é algo que está dentro do signo, enquanto isso o objeto imediato são as formas de representação que se apresentam para nós (SANTAELLA, 2005).

Por exemplo, ao comparar duas infografias jornalísticas de dois veículos de comunicação diferentes sobre um mesmo tema, o objeto dinâmico dessas duas infografias é algum acontecimento de uma conjuntura recente. A forma como esse acontecimento é apresentado em cada uma das infografias vem a ser o objeto imediato.

Segundo Santaella (2005), o objeto imediato pode apresentar-se por uma representação ou indicação ou, ainda, uma sugestão. Isso porque, de acordo com o fundamento do signo, uma qualidade, um existente ou uma lei, a natureza do objeto imediato será diferente também. A partir daí vem a classificação dos signos em ícones, índices e símbolos.

Assim, o objeto imediato de um ícone só pode sugerir ou evocar seu objeto dinâmico por uma proximidade na aparência. O objeto imediato de um índice indica seu objeto dinâmico porque aponta a qual universo ele pertence e o objeto imediato de um símbolo representa seu objeto dinâmico através de uma lei ou convenção.

### **5.3.7 Tipos de Objeto Imediato: ícone, índices, símbolos**

Ícone é o tipo de signo que sugere seu objeto dinâmico por similaridade. Ele só pode sugerir ou evocar algo porque a qualidade que ele apresenta tem certo grau de semelhança em relação a outra qualidade. Para Peirce, os signos icônicos são em três níveis: imagem, diagrama e metáfora. Todos esses são ícones em função de uma relação de semelhança com seus objetos (SANTAELLA, 2005).

Dentre os signos icônicos, existem os hipoícones, que tem grande semelhança com o objeto representado. Os hipoícones tem três níveis: a imagem, o diagrama e a metáfora. A imagem é aquela que tem relação de semelhança na aparência com seu objeto. Já o diagrama representa seu objeto no nível da similaridade entre as partes, existe uma certa analogia entre as relações internas que o signo exhibe e as relações internas do objeto que o signo visa representar. E, a metáfora, por sua vez, representa ao aproximar o significado de duas coisas distintas a uma terceira.

É importante ressaltar que grande parte das infografias são diagramas. Isso porque, nos infográficos, há similaridade nas relações entre o fato representado e a representação gráfica propriamente dita. Assim, uma infografia é um diagrama constituído de outros signos, como palavras, imagens, etc.

Segundo Lucas (2010), as infografias fazem parte de uma modalidade de texto que mescla recursos gráficos-visuais tendo um diagrama como base. Este diagrama, feito por infografistas, jornalistas, cientistas de dados, serve como esboço para o esquema das infografias a serem produzidas. Além disso, Cairo (2011) afirma que a visualização, disciplina na qual ele insere as infografias, está baseada no uso de gráficos: estatísticos, mapas, diagramas, que são representações visuais esquemáticas de conteúdos. Ou seja, as infografias podem ser entendidas como diagramas, porque representam por semelhança entre o modo esquemático como o fato se dá e a forma como ele é representado por esquemas e estruturas visuais.

Dessa forma, os elementos que constituem uma infografia, como texto, imagem, mapas, gráficos e ilustrações, se combinam em forma de diagrama segundo um modelo lógico, esquemático, que busca fazer uma analogia entre as partes representadas e a representação.

Segundo Santaella (2005), o índice é o tipo de signo que tem o poder de indicar. Ele tem um modo particular de indicar seu objeto, através de uma conexão de fato, existencial.

Essa conexão de fato com o todo o caracteriza como existente, concreto, real. Setas são índices de caminhos, mapas são índices de delimitação territorial e assim em diante. A partir dessa indicação de singularidade o índice representa, porque ele aponta para o universo do qual faz parte. Assim, o índice indica para múltiplas direções da realidade, mas funciona como signo verdadeiramente quando um intérprete faz essa conexão entre o que o índice aponta e sua realidade.

O símbolo é um tipo de signo que representa através de uma lei. Sua ação é mais complexa, o seu fundamento é uma lei, assim a representação só se dará quando determinadas condições previamente estabelecidas sejam preenchidas, ou seja, quando a lei estabelecida se manifestar na relação de representação entre o signo e o objeto (SANTAELLA, 2005). Palavras são ótimos exemplos de símbolos. A palavra “cadeira”, por exemplo, não se parece à ideia geral do objeto ou a um móvel específico. Porém, para os falantes da língua portuguesa, “cadeira” representa o objeto graças a uma convenção há tempos estabelecida.

### **5.3.8 Como os signos são interpretados: interpretante**

De acordo com Santaella (2005), o interpretante é o efeito que o signo produz em uma mente, que pode ser real ou potencial. Existem pelo menos três passos para que a interpretação se realize. O primeiro nível do interpretante é chamado de imediato, Ele diz respeito ao potencial interpretativo que o signo carrega em si antes de encontrar um intérprete. Já o segundo nível de interpretante é conhecido como dinâmico. Este efeito se refere ao efeito efetivamente produzido em um intérprete particular, sendo assim, ele é singular. O interpretante dinâmico subdivide-se em três níveis: interpretante emocional, energético e lógico. O terceiro nível de interpretante é chamado de interpretante em si ou final. Ele trata sobre o modo como qualquer mente reagiria, em determinadas condições, ao signo, e divide-se em três: rema, dicente e argumento. Chorar, correr e elaborar críticas são exemplos de interpretantes. Cada um deles decorre de um processo de interpretação subjetivo do intérprete.

Com este capítulo teórico-metodológico, pudemos compreender o porquê da escolha da Semiótica como teoria aplicada nas análises. Compreendemos que esta ciência, que entende o processo de produção de sentido como um sistema de signos, pode ser útil porque apresenta definições e tem um catálogo de conceitos que permite análises dos mais diversos aspectos das linguagens e da comunicação. Também mostramos como a Semiótica pode ser aplicada para estudar fenômenos da Comunicação. Abordamos conceitos como Primeiridade, Secundidade e Terceiridade e signo, objeto e interpretante e como eles podem ser vistos nas infografias. A partir de agora abordaremos o processo de análise semiótica comparativa: explicaremos como foram selecionadas as infografias, o percurso metodológico de aplicação e realizaremos as análises.

Abaixo há um quadro explicativo que apresenta, em resumo, a relação dos conceitos abstratos apresentados ao longo deste capítulo (Quadro 11).

**Quadro 11** - Explicação sobre os conceitos da Semiótica de Peirce

SIGNO 1° COM SEU FUNDAMENTO (EM SI MESMO)	SIGNO 2° COM SEU OBJETO	SIGNO 3° COM SEU INTERPRETANTE
1° qualisigno	ícone	rema
2° sinsigno	índice	dicente
3° legisigno	símbolo	argumento

Fonte: Santaella (1983)

## 6. ANÁLISE SEMIÓTICA

Neste capítulo, apresentaremos a análise semiótica que compara o potencial comunicativo de duas infografias. Para tanto utilizaremos a metodologia da Semiótica Aplicada, desenvolvida por Santaella (2005). Assim nosso objetivo é apresentar o *corpus* de

análise, composto por infográficos do *Nexo* e de outros veículos, para em seguida desenvolver as análises semióticas comparativas.

Como visto no capítulo teórico-metodológico sobre Semiótica, tendo como base as definições e classificações peirceanas, podemos analisar os fenômenos da Comunicação em meios impressos ou digitais, em vídeo, fotografias, matérias, etc. Diante das infografias selecionadas do *Nexo Jornal* e das infografias de outros veículos de comunicação equivalente, ou seja, sobre a mesma temática, esta análise semiótica busca responder qual produção seria capaz de transmitir a mensagem a respeito do tema com maior potencial informativo.

### **6.1 Corpus de Análise**

A análise do potencial comunicativo do *Nexo Jornal* busca comparar semioticamente infografias do *Nexo* a infografias de outros veículos de comunicação do país. Para tanto, foram selecionadas 4 produções do *Nexo* e outras 4 infografias de outros jornais e revistas brasileiros. Assim, ao selecionar infográficos do *Nexo* e produções semelhantes em outros veículos de comunicação, podemos identificar qual produção busca tornar a comunicação da mensagem mais eficiente, pelo olhar da semiótica de Peirce.

Para tanto, o processo de seleção do *corpus* de análise teve início nas publicações do *Nexo*, para então chegarmos aos infográficos que assemelham-se com os do veículo. Neste sentido, consideramos semelhantes infográficos que abordem a mesma temática. Os infográficos equivalentes aos do *Nexo* são de outros veículos de comunicação brasileiro, que tratam da mesma temática.

Tendo como partida o *Nexo Jornal*, iniciamos a seleção pela seção que reúne exclusivamente visualização de dados e infografias do veículo. Nesta seção, chamada de “Gráfico”, estão os infográficos disponíveis para análise proposta nesta pesquisa. Ao todo, a seção conta com mais de 514 matérias com gráficos, ilustrações e infografias.

Lembramos aqui que o *Nexo Jornal* é um jornal digital que propõe em sua linha editorial oferecer explicações precisas e interpretações equilibradas sobre os acontecimentos. A aposta do veículo é no formato voltado para “nativos digitais”, com infográficos, design, tecnologia e pesquisa, vídeos e materiais interativos. Seu público buscado são jovens, que se informariam majoritariamente através do *Nexo*, e adultos que acessariam o jornal como forma de complemento a outros veículos.

O *Nexo* tem uma identidade visual bem consolidada, com uma paleta de cores com predominância do azul e roxo (cores da marca). O que pode ser entendido como um indício de primeiridade, uma vez que as cores utilizadas no site remetem as cores da marca, através da qualidade do azul e do roxo. Os gráficos do jornal têm sido produzidos com cores vibrantes, muitas ilustrações digitais de manipulação de fotografias, hiper-realistas, line arte e vetores. As visualizações de dados têm gráficos de área, de área polar, de bolhas, mapas de distribuição de pontos, mapa de árvore.

Assim, com o propósito de delimitar um *corpus* de análise significativo dessas representações gráfico-visuais para a análise proposta nesta monografia, elaboramos um catálogo com os infográficos disponíveis no *website* do *Nexo*. A partir dessa catalogação, feita com base nas temáticas propostas pelo veículo, chegou-se a uma lista de infográficos deste jornal que compõe o *corpus* de análise semiótica comparativa das infografias do *Nexo* e de outros veículos de comunicação.

A princípio, a delimitação do *corpus* de análise teve início com a observação da seção Gráfico (Figura 25). Diante das infografias dispostas nas páginas do veículo de comunicação, notamos que há uma proposta de categorização das produções por temas, elaborada pelo próprio jornal.

Consideramos que essa categorização deveria ser utilizada no processo de seleção do *corpus* de análise, uma vez que, a partir da listagem das infografias, podemos identificar a quais temáticas as produções pertencem para, assim, buscar por infográficos semelhantes em outros veículos de comunicação. Esta afinidade entre temáticas dos infográficos a serem

analisados mostra-se importante para que haja a comparação entre o potencial comunicativo das infografias selecionadas.

A catalogação dos infográficos do *Nexo* aconteceu ao longo de 3 semanas (de 07/04/2020 a 22/04/2020), e o formato escolhido para catalogar os infográficos foi uma planilha. Foram identificadas 32 páginas da seção Gráfico do *Nexo Jornal*, cada uma com 20 matérias com gráficos, infografias e ilustrações. Em cada matéria, ao lado esquerdo, logo abaixo do cabeçalho da produção, como mostra a Figura 22, está disposto o tema ao qual aquela produção faz parte.

Ao todo são nove temas: política; economia; internacional; sociedade; cultura; ciência e saúde; tecnologia; esporte; e meio ambiente. Estas temáticas correspondem àquelas indicadas na página inicial do veículo, no item “navegue por temas”. Dessa forma, a planilha foi elaborada a partir das nove temáticas, dos nomes das matérias com infográficos e do número total das infografias por temática. A tabela abaixo apresenta as nove temáticas e o número total de infografias por tema.

Figura 25 – Página da seção “Gráfico” do *Nexo Jornal*.



Captura de tela da página inicial da seção Gráfico do *Nexo Jornal* 2020 (Fonte: *Nexo*).

Ao fim do levantamento foram totalizadas 514 infográficos, como mostra o Quadro 12. Entretanto, este número total das matérias catalogadas não corresponde à realidade de produção do veículo. Isto porque não foram contabilizadas as matérias cuja interface dos infográficos apresentava um erro que impedia o carregamento da imagem (Figura 26); também não entraram na planilha as matérias cujo infográficos não possuíam a etiquetagem da temática.

**Quadro 12** – Seção Gráfico por temática e número de infografias.

TEMÁTICA	NÚMERO DE INFOGRÁFICOS
Sociedade	113
Política	104
Economia	79
Ciência e Saúde	49
Cultura	48
Esporte	40
Meio Ambiente	37
Internacional	28
Tecnologia	17
<b>TOTAL</b>	<b>514</b>

Fonte: dados da autora

Além disso, os infográficos etiquetados exclusivamente como “Nexo Edu” também não foram somados à contagem, porque a categoria não faz parte dos temas indicados na página inicial do veículo.

A respeito da seção Gráfico, o tema sociedade ocupa o primeiro lugar no *ranking* das cinco temáticas mais debatidas, com 113 infográficos. Por ordem, logo em seguida vêm: política (104), economia (79), ciência e saúde (49) e cultura (48). Ademais, nesta seção

encontram-se exemplos de infográficos de todos os tipos - estáticos, interativos, ferramenta, jornalísticos, enciclopédicos, assim como vimos no capítulo inicial sobre infografias.

Figura 26 – Matéria apresenta erro, infográfico não carrega.

The screenshot shows the top of a Nexo Journal article. At the top left is the 'NEXO' logo. To the right are social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, and LinkedIn, followed by an 'EDU' logo and the name 'ANA LUIZA' with a profile icon. Below the header, the word 'GRÁFICO' is written in small letters. The main title is 'Impeachment: todas as etapas do processo no Congresso'. Below the title, the authors 'Lilian Venturini e Simon Dueroquet' and the date '17 de mar de 2016 (atualizado 14/08/2019 às 18h08)' are listed. A short introductory paragraph follows: 'O Senado Federal decidiu tornar a presidente afastada Dilma Rousseff ré no processo de impeachment. Este gráfico mostra o caminho que ainda precisa ser percorrido'. Below the text are several buttons: a red 'NEXOEDU' button, a 'TEMAS' section with a 'POLÍTICA' button, and a 'COMPARTILHE' section with icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn. At the bottom of the article content, there is a small logo for 'The Trust Project' and the text 'SAIBA MAIS'. Below the article content, the heading 'SELEÇÃO DOS EDITORES' is visible.

Exemplo de matéria que não entra na contabilização dos infográficos do *Nexo Jornal*. Página não exibe a infografia (Fonte: Nexo).

Além disso, nota-se que, em determinados períodos, há o aumento da produção de infográficos jornalísticos; por exemplo, quando há eventos de interesse público como Eleições, Copa do Mundo, Olimpíadas, processos de impeachment, etc.

Há uma variedade de conteúdo e formato das infografias, porém, é possível dizer que muitos infográficos são respostas ao *lead* jornalístico - respondendo através de visualização de dados e ilustrações à perguntas “como, quando, o quê, porque” - outros são relacionados a curiosidades e explicações do cotidiano em geral.

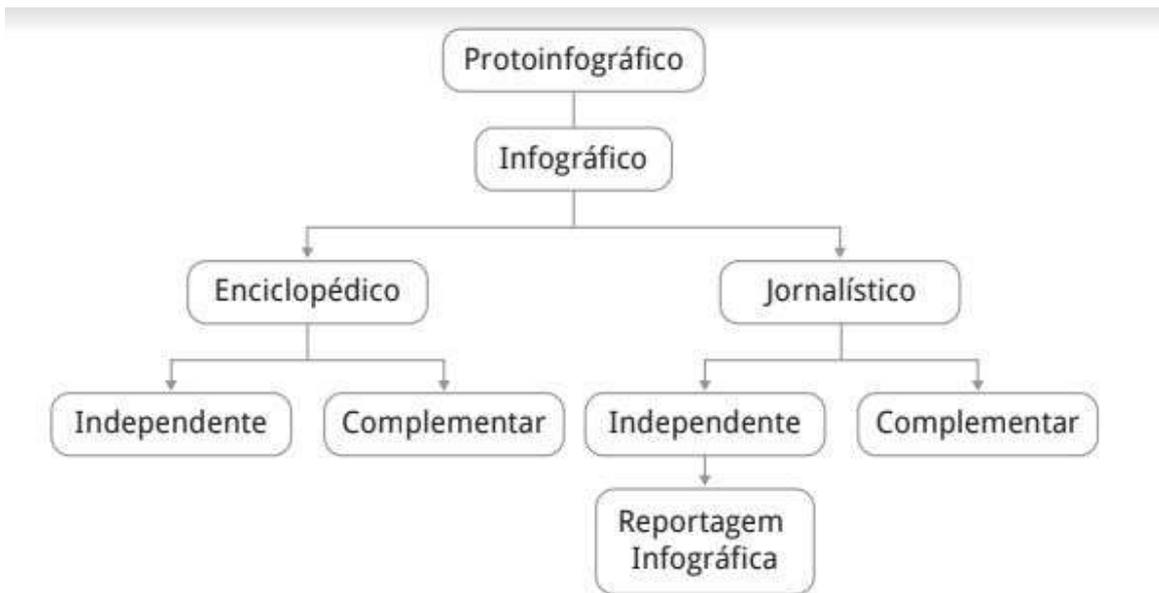
Finalizada a categorização dos infográficos do *Nexo Jornal*, elaboramos uma tabela com infográficos selecionados. Eles abordam temáticas diferentes (Esporte, Meio Ambiente, Política e Ciência e Saúde), todos são jornalísticos, e todos têm equivalência em um dos

outros veículos. Para auxiliar na distinção entre infográficos selecionados, recorremos à classificação de Teixeira (2010), entre infográficos jornalísticos e enciclopédicos. A Figura 27 apresenta a hierarquia dessa classificação.

Esta classificação, assim como a categorização dos infográficos por temática, busca auxiliar o processo de seleção de infográficos semelhantes aos do *Nexo*. Porque, ao definirmos uma infografia como jornalística, há possibilidade de outro veículo de comunicação ter produzido conteúdo infográfico sobre a mesma temática.

O Quadro 13 apresenta os infográficos selecionados para o corpus de análise, sua temática, classificação, segundo Teixeira (2010), e o infográfico de outro veículo considerado semelhante.

Figura 27 – Classificação de Teixeira (2010), que divide infográficos entre enciclopédicos e jornalísticos.



Fonte: Teixeira (2010).

Dessa forma, a produção do catálogo com os infográficos do *Nexo* mostra-se importante porque, além de permitir a delimitação do *corpus* de infográficos escolhidos para análise, nos ajuda no reconhecimento do objeto de estudo e facilita a compreensão de quais os tipos de infográficos produzidos pelo *Nexo Jornal*.

Além disso, a categorização dos infográficos do *Nexo Jornal* nos permite a distinção entre infográficos jornalísticos e enciclopédicos e assim, por sua vez, possibilita a seleção de infografias que possuam caráter informativo. Dessa forma, selecionar infográficos jornalísticos possibilita que a análise semiótica comparativa seja feita entre duas produções que abordam a mesma temática, mas primordialmente tem um propósito em comum: informar.

## 6.2 Infográficos selecionados

Os quatro infográficos do *Nexo* foram selecionados a partir das temáticas do veículo (Esporte, Meio Ambiente, Política e Ciência e Saúde), com base na classificação pensada por Teixeira (2010). Por ordem de publicação, são eles:

- 1) Messi ou Cristiano Ronaldo? As votações da FIFA desde 2007 (Figura 28):  
Infográfico sobre a rivalidade dos jogadores de futebol Lionel Messi e Cristiano Ronaldo na disputa pelo título de Melhor do Mundo, publicado dois dias antes da disputa de 2016.
- 2) Quais são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir (Figura 29):  
Infografia que mostra as características das baleias Jubarte, Franca, Bryde, Minke. O caráter jornalístico se dá pela data de publicação da infografia, que coincide com o período em que as baleias jubarte são observadas com mais frequência no litoral brasileiro.
- 3) Como o Brasil votou para presidente, em mapas (Figura 30):  
Infografias em mapas sobre as Eleições de 2018, parte do conjunto de gráficos da cobertura da disputa presidencial daquele ano.
- 4) Quais são os testes para detectar o coronavírus e como funcionam (Figura 31):  
Infográfico sobre as diferenças entre os testes para detectar o “novo coronavírus”. O vírus surgiu em dezembro de 2019, na China, e a infecção causada por ele, a Covid-19, é a razão pela qual a Organização Mundial da Saúde - OMS declarou uma pandemia em 2020.

Já os infográficos equivalentes são de quatro veículos distintos. Eles foram selecionados pelo critério das temáticas dos infográficos do *Nexo* (Esporte, Meio Ambiente,

Política e Ciência e Saúde) e pela classificação de jornalísticos. Os infográficos equivalentes foram encontrados a partir de buscas na plataforma *Google*, eles são de veículos nacionais, como *Uol Esportes*, *Revista Época*, *Gazeta do Povo* e *G1 Notícias*, respectivamente.

- 1) Confira as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi pela Copa do Rei - Uol Esportes (Figura 32):

Infografia que também faz a comparação Messi vs Cristiano Ronaldo em uma competição.

- 2) No rastro dos gigantes - Revista Época (Figura 33):

Infográfico que apresenta a rota das baleias jubarte na costa brasileira. Baleias francas e Minke também aparecem.

- 3) Mapa eleitoral de presidente por estados no 1º turno - Gazeta do Povo (Figura 34):

Infografias em mapas sobre as Eleições para Presidente do Brasil em 2018.

- 4) Testes rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia (Figura 35). Infográfico que também apresenta diferenças entre teste molecular/genético e teste rápido/sorológico para detectar a presença do coronavírus.

**Quadro 13** – Seleção de infográficos do *Nexo Jornal* e equivalências de outros veículos brasileiros

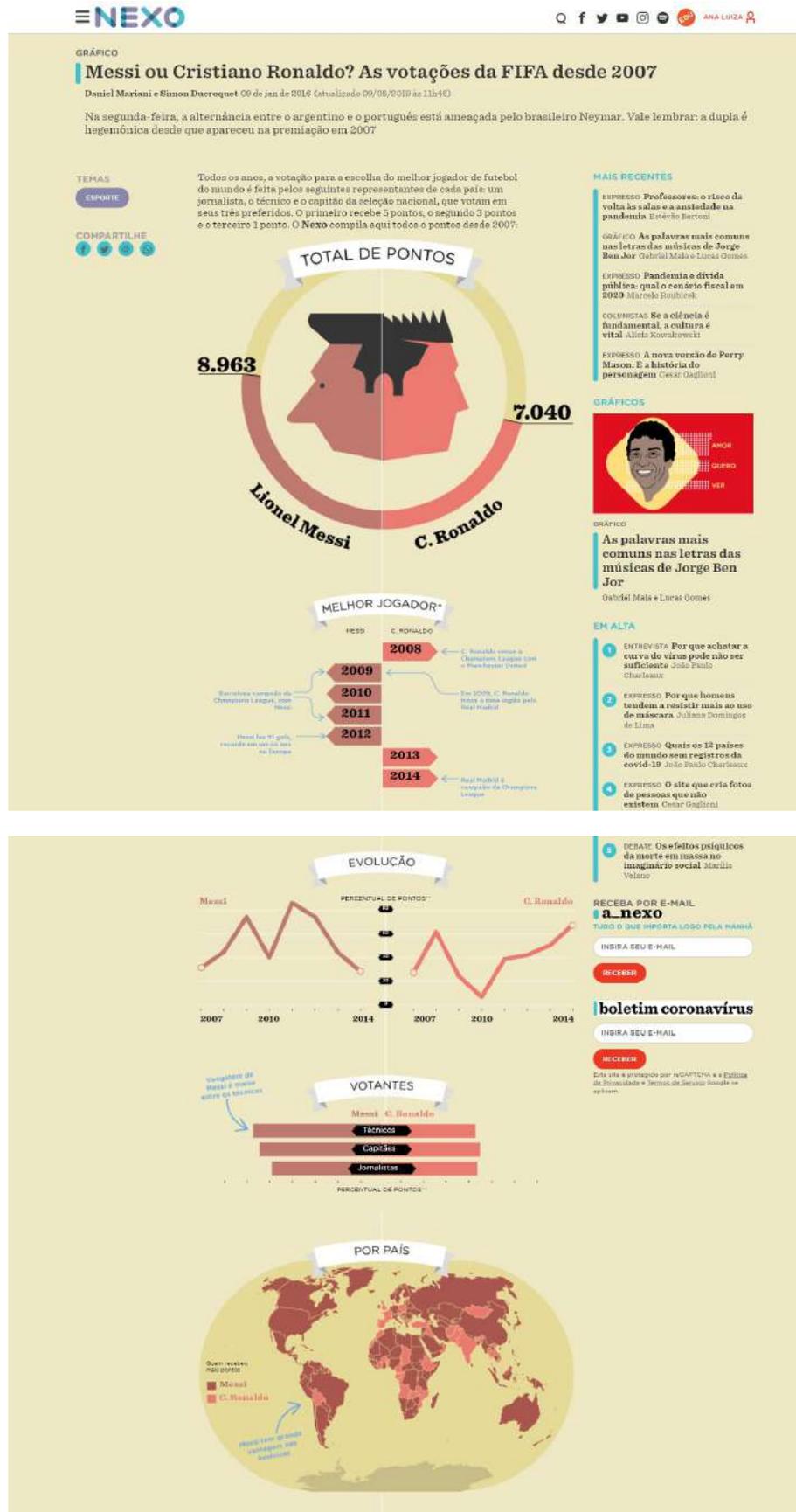
TÍTULO	TEMÁTICA	CLASSIFICAÇÃO	EQUIVALÊNCIAS	DATA DE PUBLICAÇÃO
<a href="#">Messi ou Cristiano Ronaldo? As votações da FIFA desde 2007</a>	Esporte	Jornalístico	<a href="#">Confira as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi pela Copa do Rei</a> ; - Uol Esportes	09/01/2016 ( <i>Nexo</i> ) 30/01/2013 ( <i>Uol</i> )
<a href="#">Quais são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir</a>	Meio Ambiente	Jornalístico	<a href="#">No rastro dos gigantes</a> - Revista Época	17/10/2017 ( <i>Nexo</i> ) 22/02/2010 (Revista Época)
<a href="#">Como o Brasil votou para</a>	Política	Jornalístico	<a href="#">Mapa eleitoral de presidente por estados</a>	08/10/2018 ( <i>Nexo</i> ) 07/10/2018

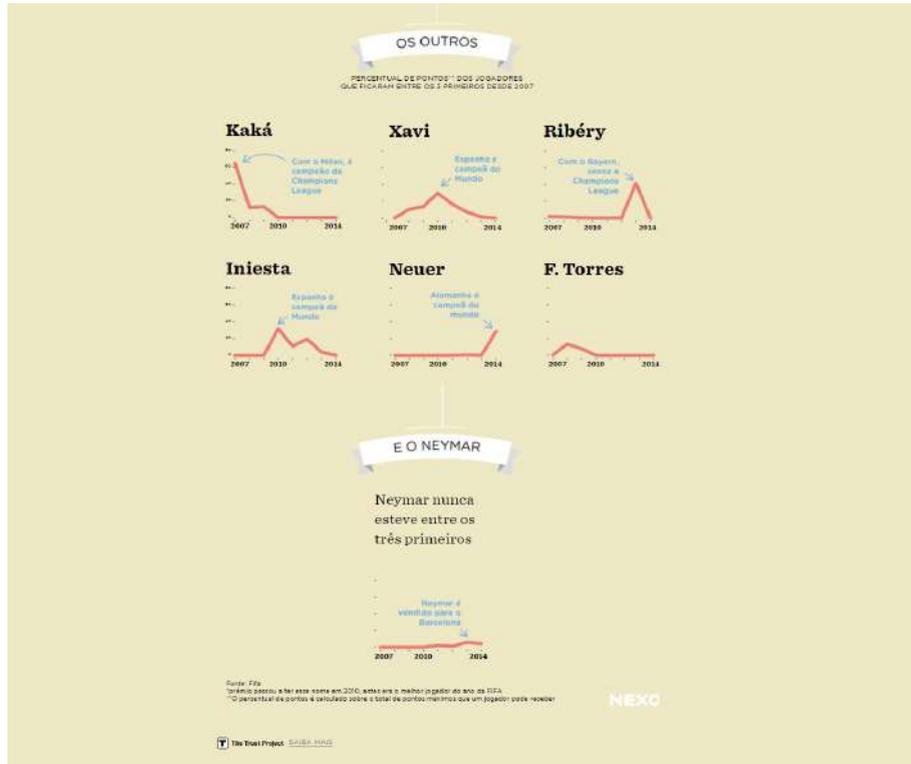
<a href="#">presidente. em mapas</a>			<a href="#">no 1º turno</a> - Gazeta do Povo	( <i>Gazeta</i> )
<a href="#">Quais são os testes para detectar o coronavírus e como funcionam</a>	Ciência e Saúde	Jornalístico	<a href="#">Testes rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia</a> - G1	08/04/2020 ( <i>Nexo</i> ) 30/04/2020 ( <i>G1</i> )

Fonte: Autora.

Abaixo estão as figuras dos infográficos selecionados para a análise semiótica comparativa que está neste capítulo. Alguns infográficos não foram inseridos na íntegra devido a sua extensão.

Figura 28 – Messi ou Cristiano Ronaldo?





Fonte: Nexo Jornal.

Figura 29 – Quais são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir

**NEXO** q f t y i s e edu ANALIZA

GRÁFICO

# Quais são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir

Catarina Pignato e Daniel Mariani 17 de out de 2016 (atualizado 03/05/2018 às 16h05)

Elas passam pelo litoral brasileiro todos os anos. Conheça as principais espécies, suas características e suas rotas

**NEOEDU**

TEMAS

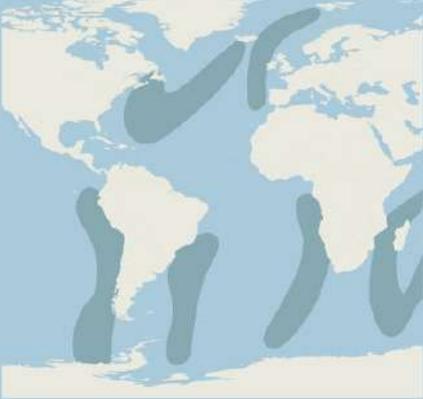
MEIO AMBIENTE

COMPARTILHE

**BALEIA JUBARTE**  
*(Megaptera novaeangliae)*



Distribuição da espécie



**Período de visita ao Brasil:**  
Anualmente, nos meses de inverno e primavera (de julho a novembro, principalmente entre setembro e outubro)

**Tempo de gestação:**  
12 meses

**Reprodução na costa:**  
Geram em média 1,5 mil filhotes na costa brasileira

**Expectativa de vida:**  
De 45 a 50 anos

**Comprimento:**  
Em média, 15 metros na idade adulta e 4 metros quando filhotes

**Peso:**  
Em média, 30 mil quilos

**Alimentação:**  
Krill

**Características:**  
Têm coloração escura no dorso e clara no ventre. A nadadeira dorsal é pequena e as nadadeiras peitorais chegam a medir metade do comprimento total, até 5 metros

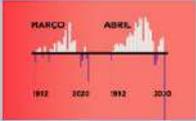
**Possíveis silhuetas visíveis na superfície da água:**



**MAIS RECENTES**

- EXPRESSO As fotos artísticas que registram animais e seus donos Camilo Rocha
- EXPRESSO A retirada de 'É o vento levou' do streaming. E o racismo nas artes Cesar Gagliardi
- EXPRESSO Qual o impacto das máscaras descartáveis na natureza João Paulo Charleaux
- ENTREVISTA 'Não há recuperação econômica sem resolver o contágio do vírus' Marcelo Roubicek
- EXPRESSO A operação da Polícia Federal contra o governador do Pará Cesar Gagliardi

**GRÁFICOS**



GRÁFICO

## O emprego formal no Brasil antes e durante a pandemia

Caroline Souza, Gabriel Zanlorenesi e Lucas Gomes

**EM ALTA**

- 1 EXPRESSO Quase os 12 países do mundo sem registros da covid-19 João Paulo Charleaux
- 2 EXPRESSO Verba cortada e fila: o Boleo Família na pandemia Marcelo Roubicek
- 3 EXTERNO Crianças precisam de educação física, mesmo fora da escola Gellin A. Webster
- 4 EXPRESSO A revisão dos padrões de beleza. E as novas rotinas da pandemia Juliana Domingues de Lima
- 5 EXPRESSO Como o regime militar reagiu à crise de meningite nos anos 1970 Isabela Cruz

RECEBA POR E-MAIL

**a\_nexo**

TUDO O QUE IMPORTA LOGO PELA MÃNHA

INSIRA SEU E-MAIL

RECEBER

**boletim coronavírus**

INSIRA SEU E-MAIL

RECEBER

Este site é protegido por reCAPTCHA e o Serviço de Privacidade e Termos de Serviço Google se aplicam.

## BALEIA FRANCA (*Eubalaena australis*)



### Distribuição da espécie



#### Período de visita ao Brasil:

Migram para águas brasileiras anualmente entre os meses de julho a novembro

#### Tempo de gestação:

12 meses

#### Reprodução na costa:

Geram em média 40 filhotes na costa brasileira

#### Expectativa de vida:

70 anos

#### Comprimento:

15 metros na idade adulta e 4 metros quando filhotes

#### Peso:

De 50 mil a 80 mil quilos

#### Alimentação:

Krill e Copépodes

#### Características:

São escuras no dorso e brancas no ventre. Têm nadadeiras peitorais em forma de trapézio e não possuem nadadeira dorsal. Apresentam calosidades na cabeça, como verrugas, que permitem aos pesquisadores distinguir diferentes indivíduos da espécie

#### Possíveis silhuetas visíveis na superfície da água:

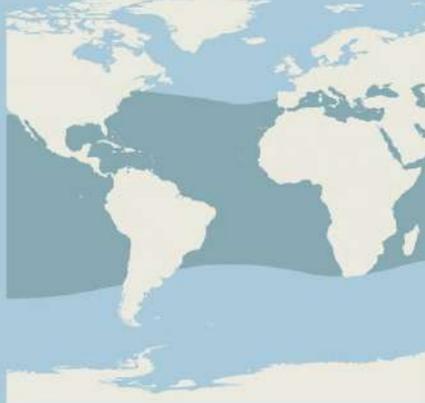


## BALEIA DE BRYDE

(*Balaenoptera brydei*)



### Distribuição da espécie\*



#### Período de visita ao Brasil:

Migram para o Brasil anualmente nos meses de primavera e verão (de setembro a março)

#### Tempo de gestação:

11 meses

#### Expectativa de vida:

De 50 a 70 anos

#### Comprimento:

15,5 metros na idade adulta e 3,5 metros quando filhotes

#### Peso:

Em média 16 mil quilos

#### Alimentação:

Peixes que formam cardumes e, em alguns locais, plânctons e crustáceos

#### Características:

Têm coloração azul acinzentada e três quilhas (como nadadeiras) na porção dorsal da cabeça

#### Possíveis silhuetas visíveis na superfície da água:



**BALEIA MINKE**  
(*Balaenoptera acutorostrata*)



• **Distribuição da espécie\***



**Período de visita ao Brasil:**

Migram anualmente para o Brasil entre o outono e a primavera, principalmente entre junho e setembro

**Tempo de gestação:**

10 meses

**Expectativa de vida:**

47 anos

**Comprimento:**

De 6 a 7 metros na idade adulta e 2,8 metros quando filhotes

**Peso:**

Em média 9,2 mil quilos

**Alimentação:**

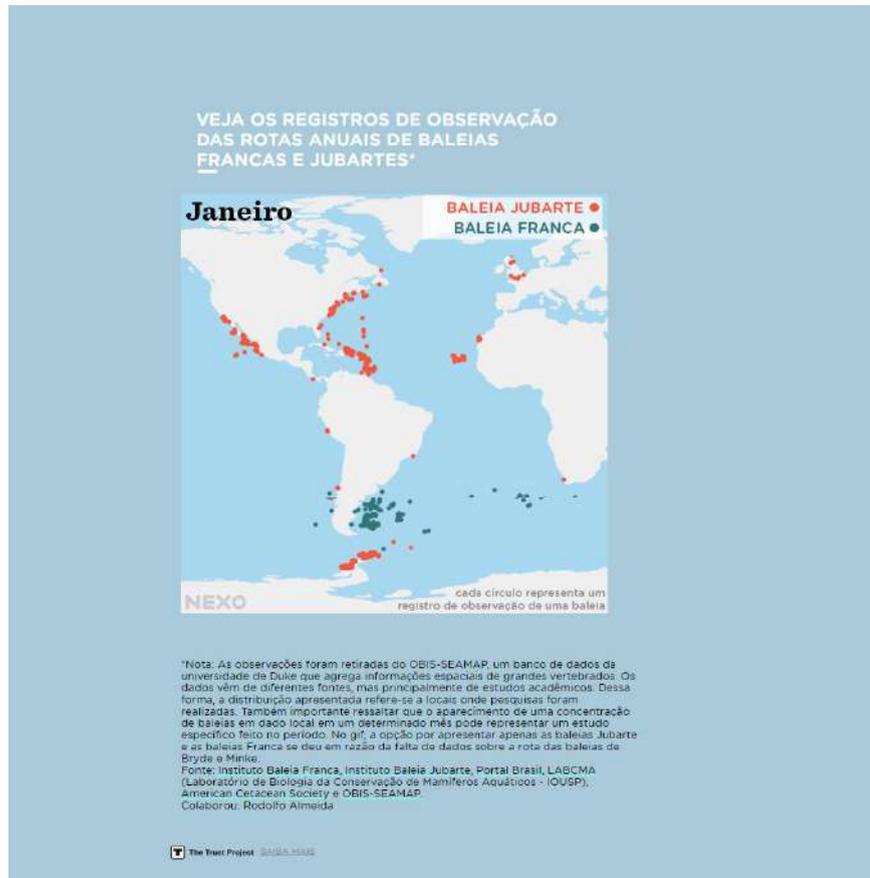
Plâncton e peixes de diversas espécies

**Características:**

Têm uma mancha branca na porção dorsal da nadadeira peitoral.

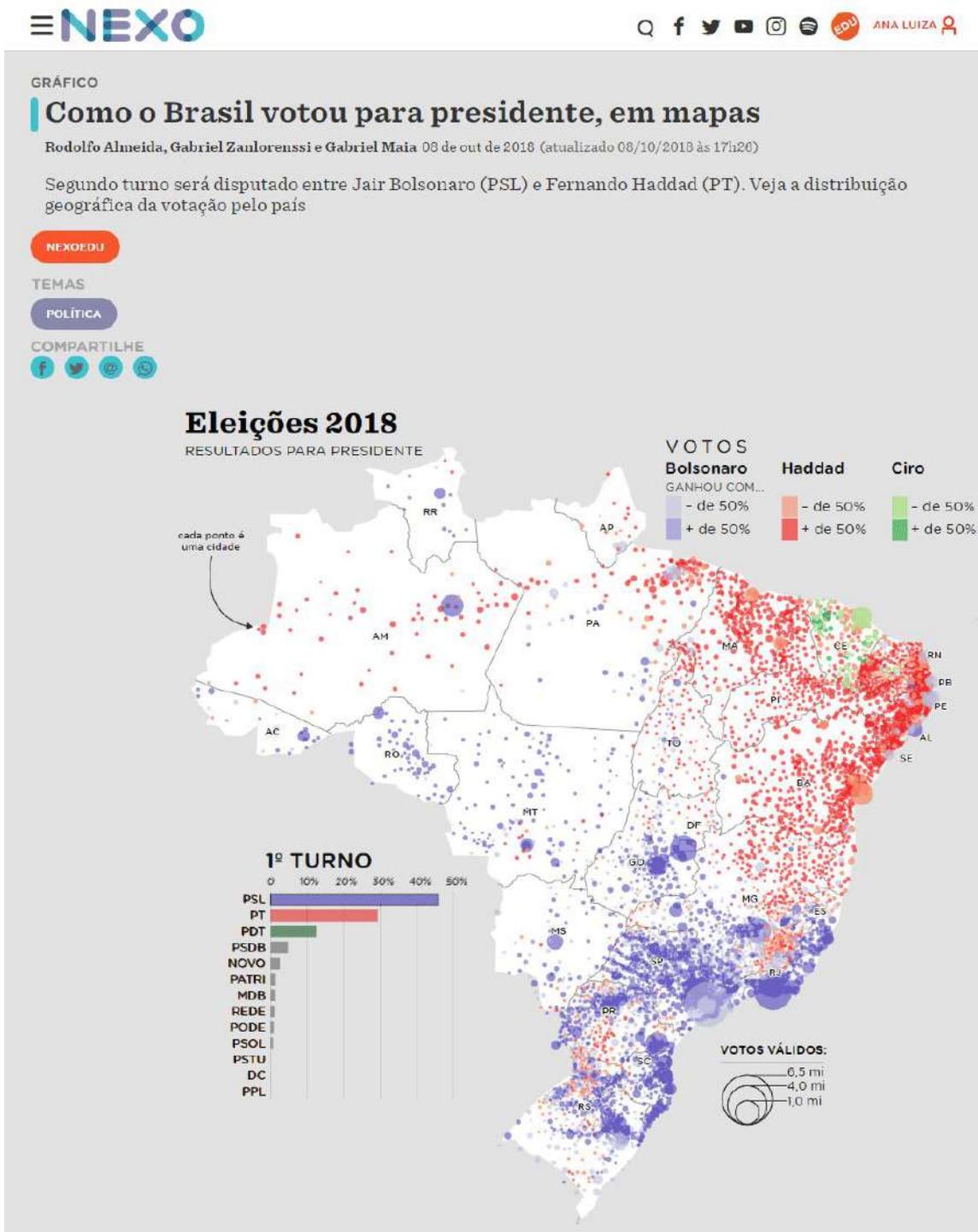
**Possíveis silhuetas visíveis na superfície da água:**





Fonte: Nexo Jornal.

Figura 30 – Como o Brasil votou para presidente, em mapas

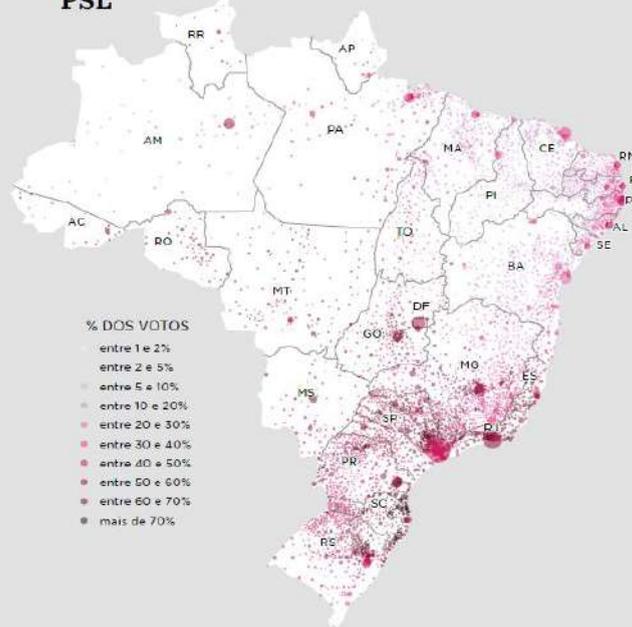


## Resultados por candidato

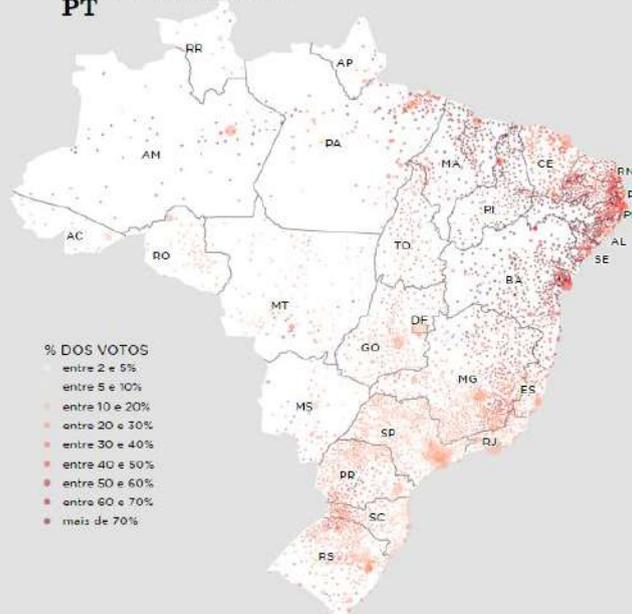


CADA MAPA SEGUE SUA PRÓPRIA ESCALA

### Jair Bolsonaro PSL



### Fernando Haddad PT



Fonte: Nexo Jornal.

Figura 31 – Quais são os testes para detectar o coronavírus e como funcionam

**GRÁFICO**

## Quais são os testes para detectar o coronavírus e como funcionam

Gabriel Mata e Lucas Gomes 08 de abr de 2020 (atualizado 09/04/2020 às 11h53)

O RT-PCR (genético) e o teste rápido (sorológico) são os utilizados no Brasil para detectar a doença. Cada um deles tem processos distintos, com vantagens e limitações para o combate à pandemia

**NOTÍCIA**

**TEMAS**

**CIÊNCIA E SAÚDE**

**COMPARTILHE**

**Teste RT-PCR**

Até março de 2020, o RT-PCR<sup>1</sup> era o principal e praticamente único meio de detectar em grande escala a presença do Sars-CoV-2, o novo coronavírus. Ele detecta a presença do RNA, o material genético do vírus, ativo ou fragmentado.

Apesar de ser preciso, sua realização depende de equipamento, reagentes, uma rede logística complexa e técnicos treinados. Mesmo sendo produzido no Brasil, também depende de insumos especializados que são importados.

**Como funciona**

- Um tipo de cotonete é utilizado para coletar muco e saliva da garganta e cavidades nasais
- O material coletado é então adicionado a uma solução de reagentes
- Nessa solução, o RNA do vírus é transcrito para DNA, que é então replicado
- Um reagente feito sob medida tem sua fluorescência ativada apenas quando se liga ao DNA correspondente ao material genético do Sars-CoV-2

Vantagens	Desvantagens
<p>Detecta o material genético do vírus diretamente</p> <p>Pode detectar infecções antes dos sintomas aparecerem e em pacientes assintomáticos</p>	<p>Feito em laboratório, com técnicos e equipamento especializado</p> <p>Demorado e tem uma logística complexa, com poucos testes sendo processados por vez</p>

**Teste rápido**

Os testes sorológicos, conhecidos como testes rápidos, produzidos pela Wondfo e comprados pelo Brasil, não testam a presença do vírus, mas sim, os anticorpos específicos do Sars-CoV-2 produzidos pelo sistema imunológico para combatê-lo.

**Como funciona**

1 O teste usa uma gota de sangue do indivíduo e algumas gotas de solução tampão para estabilizar e difundir a amostra

2 A janela C (controle) serve para comprovar que o teste foi bem sucedido. A janela T (teste) mostra o resultado se os anticorpos para o Sars-CoV-2 estão presentes

3 Se houver a presença do Sars-CoV-2, reagentes no material poroso no interior do teste se ligam aos anticorpos formando uma faixa vermelha em duas janelas

Solução tampão  
0,01 ml de sangue

Vantagens	Desvantagens
Resultado em 15 minutos, com facilidade de transporte e armazenamento	Dificuldade na compra dos testes por conta da alta demanda mundial
Não requer infraestrutura e demanda pouco treinamento para aplicação	Não detecta a doença no início da infecção, somente alguns tempo após o aparecimento dos sintomas

Observações: o termo RT-PCR é a sigla em inglês para o teste de transcriptase reversa seguida de reação em cadeia da polimerase.

Fontes: Instruções de Uso do "ONE STEP COVID-19 TEST" fabricado pela Wondfo, Hadden, H. J., Wang, L. (2020). "Quantitative Real-time PCR Fluorescent Probe-Oligonucleotide Sequences: Standardization and Quality Assurance in Fluorescence Measurements II: Laboratory Testing for coronavirus disease 2019 (COVID-19) in suspected human cases: interim guidance". World Health Organization (2020). "Coronavirus Testing, an interview with CDC's Deputy Director for Infectious Diseases Jay Bolker" JAMA Network YouTube Channel.

**VEJA TAMBÉM**

**GRÁFICO** Como são as projeções para a covid-19 no Brasil em diferentes cenários

The Fraud Project | Edição 10/21

Fonte: Nexo Jornal.

Figura 32 – Confira as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi pela Copa do Rei

## Confira as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi pela Copa do Rei

30/01/2013 23h00 > Atualizada 08/05/2013 17h39  
Comunicar erro

# DUELO DE GIGANTES

Os astros do Campeonato Espanhol se enfrentaram na primeira partida válida pela semifinal da Copa do Rei nesta quarta-feira, 30. Veja as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi no clássico.



**CRISTIANO RONALDO**  
10 MILHÕES\* DE EUROS POR ANO

**LIONEL MESSI**  
16 MILHÕES\* DE EUROS POR ANO

REAL MADRID **1** x **1** BARCELONA

	MINUTOS JOGADOS	FINALIZAÇÕES	DESARMES	BOLAS PERDIDAS	FALTAS COMETIDAS	FALTAS SOFRIDAS	IMPEDIMENTOS
C. RONALDO	94	3 <small>(2 NO GOL, 1 PARA FORA)</small>	0	10	1	2	0
MESSI	94	1 <small>(PARA FORA)</small>	1	16	0	3	3

### NA TV

CITAÇÕES DURANTE A TRANSMISSÃO

**72** | **110**

CLOSES

**24** | **10**

### TWITTER

(Pelo mundo, entre 16h e 20h do horário de Brasília)

C. RONALDO	REAL MADRID	MESSI	BARCELONA
<b>27.963</b> MENÇÕES	<b>433.314</b> MENÇÕES	<b>7.136</b> MENÇÕES	<b>203.040</b> MENÇÕES

## HISTÓRICO

Cristiano Ronaldo foi contratado pelo Real Madrid do Manchester United em 2009 por cerca de 94 milhões de euros (R\$ 257 milhões). É a transferência mais cara do futebol. Tem contrato até 2015.

Nascido na Argentina, Messi chegou às categorias de base do Barcelona em 2000, quando tinha apenas 13 anos. Estima-se que sua multa contratual seja de 250 milhões de euros (R\$ 670 milhões). Tem contrato até 2018.

### TÍTULOS E PRÊMIOS

(desde que CR começou a jogar no Real, em 2009)

1 Supercopa de Espanha (2012)

1 Campeonato Espanhol (2011)

1 Copa do Rei (2010)

1 Prêmio Puskas – gol mais bonito (2009)  
(com a camisa do Manchester)



3 Supercopa de Espanha (2009, 2010, 2011)

2 Mundial de Clubes da Fifa (2009/2011)

4 Bola de Ouro (2009, 2010, 2011, 2012)

2 Campeonato Espanhol (2009, 2010)

2 UEFA (2009, 2011)

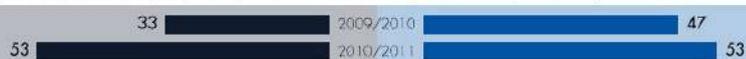
1 Copa do Rei (2011)

1 Liga dos Campeões



### GOLS NA TEMPORADA

(Liga dos Campeões, Copa do Rei, Supercopa de Espanha, Mundial de Clubes, Campeonato Espanhol; sem gols marcados pelas seleções nacionais)



### TÍTULOS E PRÊMIOS

(desde que CR começou a jogar no Real, em 2009)

1 Supercopa de Espanha (2012)

1 Campeonato Espanhol (2011)

1 Copa do Rei (2010)

1 Prêmio Puskas – gol mais bonito (2009)  
(com a camisa do Manchester)



3 Supercopa de Espanha (2009, 2010, 2011)

2 Mundial de Clubes da Fifa (2009/2011)

4 Bola de Ouro (2009, 2010, 2011, 2012)

2 Campeonato Espanhol (2009, 2010)

2 UEFA (2009, 2011)

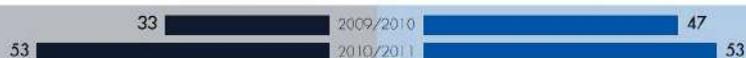
1 Copa do Rei (2011)

1 Liga dos Campeões



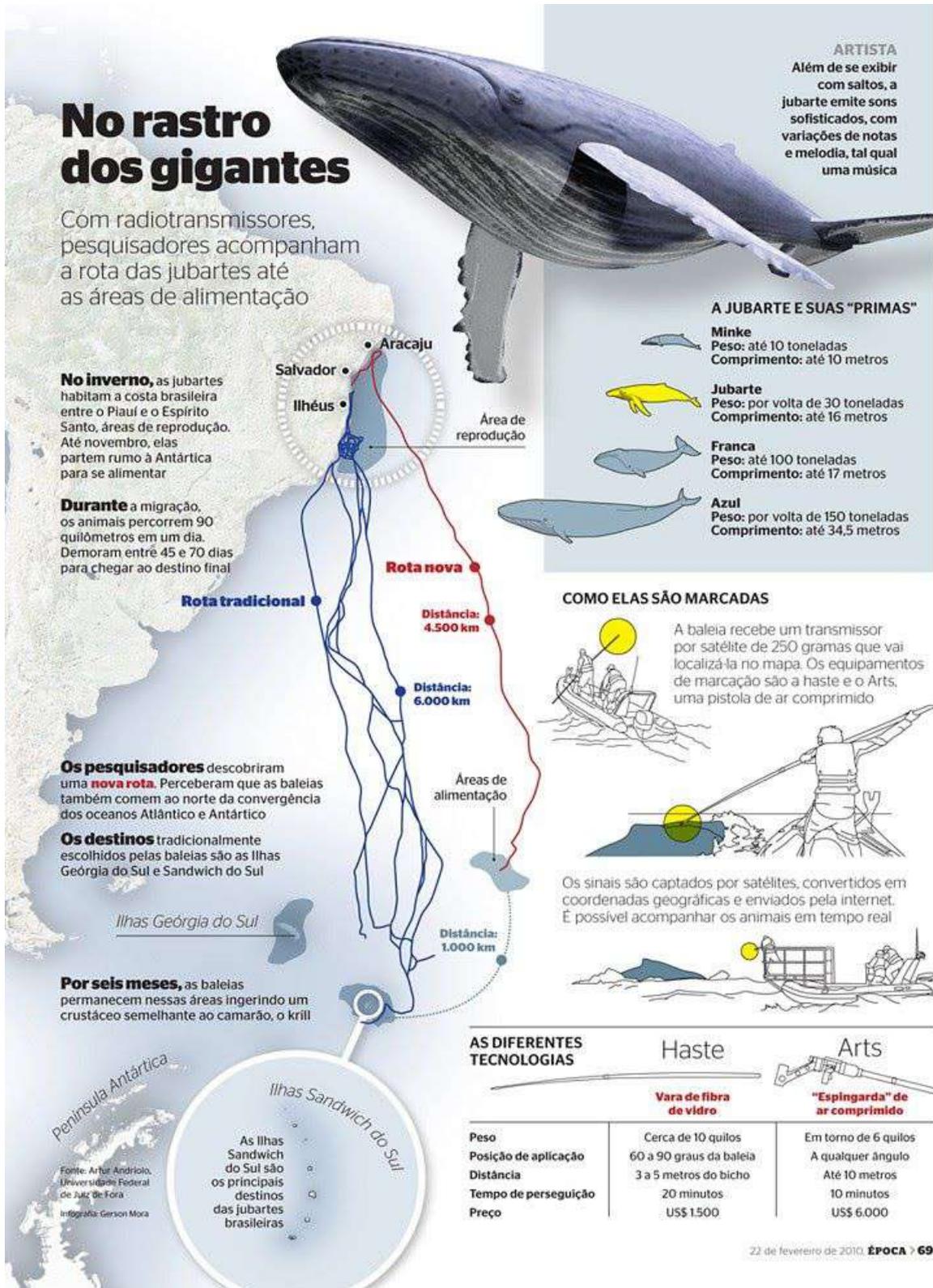
### GOLS NA TEMPORADA

(Liga dos Campeões, Copa do Rei, Supercopa de Espanha, Mundial de Clubes, Campeonato Espanhol; sem gols marcados pelas seleções nacionais)



Fonte: Uol Esportes

Figura 33 – No rastro dos gigantes



Fonte: Revista Época.

Figura 34 – Mapa eleitoral de presidente por estados no 1º turno



## Mapa eleitoral de presidente por estados no 1º turno

Quem ganhou em cada estado? Veja a votação do 1º turno para Jair Bolsonaro (PSL), Fernando Haddad (PT), Ciro Gomes (PDT) e outros presidenciais em cada estado. Bolsonaro venceu em 17 estados, Haddad em 9 e Ciro em 1. Já nas capitais, o candidato do PSL venceu em 23, e o PT apenas em 3 capitais do Nordeste. Ciro Gomes teve maioria no Ceará e em Fortaleza.

07/10/2018

ELEIÇÕES &gt; RESULTADOS

COMPARTILHAR



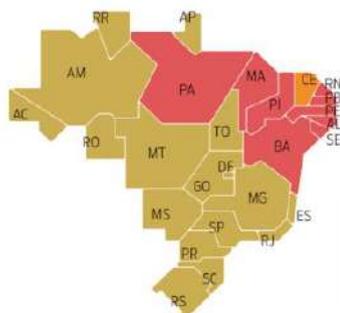
Veja o mapa de presidente por estados atualizado para o 2º turno

### Quem ganhou em cada estado



2º TURNO

Quem ganhou em cada estado

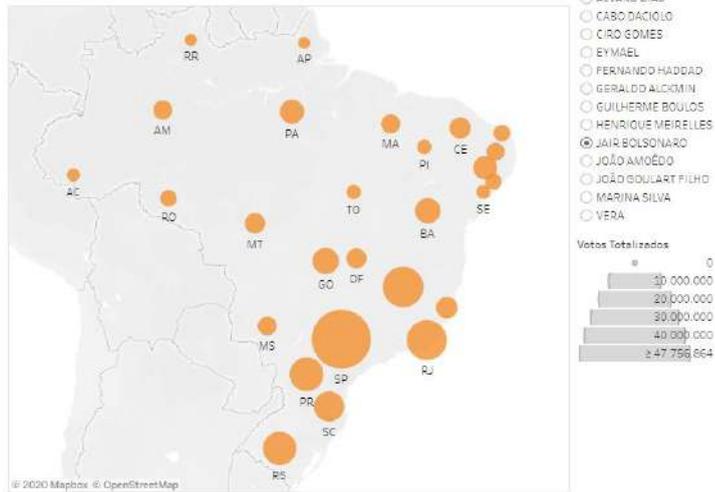


Resultado com  
**99,77%**  
das urnas apuradas e  
**117.107.283 votos**

### Mapa por candidato a presidente

Escolha o presidencialista para ver o mapa com o total de votos e o percentual de votos válidos em cada estado

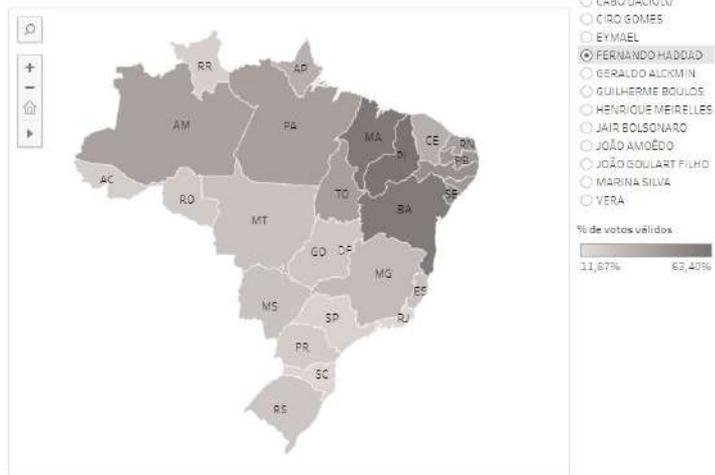
Total de votos, JAIRO BOLSONARO



Desempenho por estado (% de votos válidos)

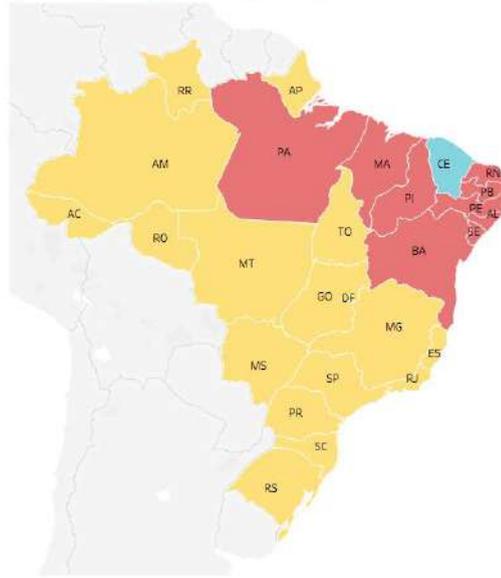
% de votos válidos no estado:

FERNANDO HADDAD



**Quem ganhou por estado**

● Jair Bolsonaro (17) ● Fernando Haddad (9) ● Ciro Gomes (1)



**Quem ganhou nas capitais**

● Jair Bolsonaro (23) ● Fernando Haddad (3) ● Ciro Gomes (1)



UF/Capital	Ganhou no Estado	Ganhou na capital
AC - Rio Branco	Bolsonaro (62%)	Bolsonaro (69%)
<b>AL - Maceió</b>	<b>Haddad (45%)</b>	<b>Bolsonaro (52%)</b>
AP - Macapá	Bolsonaro (41%)	Bolsonaro (44%)
AM - Manaus	Bolsonaro (43%)	Bolsonaro (57%)
BA - Salvador	Haddad (60%)	Haddad (48%)
CE - Fortaleza	<b>Ciro (41%)</b>	<b>Ciro (40%)</b>
DF - Brasília	Bolsonaro (58%)	Bolsonaro (58%)
ES - Vitória	Bolsonaro (55%)	Bolsonaro (53%)
GO - Goiânia	Bolsonaro (57%)	Bolsonaro (63%)
MA - São Luís	Haddad (61%)	Haddad (38%)
MT - Cuiabá	Bolsonaro (60%)	Bolsonaro (59%)
MS - Campo Grande	Bolsonaro (55%)	Bolsonaro (60%)
MG - Belo Horizonte	Bolsonaro (48%)	Bolsonaro (55%)
<b>PA - Belém</b>	<b>Haddad (41%)</b>	<b>Bolsonaro (43%)</b>
<b>PB - João Pessoa</b>	<b>Haddad (45%)</b>	<b>Bolsonaro (50%)</b>
PR - Curitiba	Bolsonaro (57%)	Bolsonaro (62%)
<b>PE - Recife</b>	<b>Haddad (49%)</b>	<b>Bolsonaro (43%)</b>
PI - Teresina	Haddad (63%)	Haddad (44%)
RJ - RJ	Bolsonaro (60%)	Bolsonaro (58%)
<b>RN - Natal</b>	<b>Haddad (41%)</b>	<b>Bolsonaro (44%)</b>
RS - Porto Alegre	Bolsonaro (53%)	Bolsonaro (45%)
RO - Porto Velho	Bolsonaro (62%)	Bolsonaro (58%)
RR - Boa Vista	Bolsonaro (63%)	Bolsonaro (69%)
SC - Florianópolis	Bolsonaro (66%)	Bolsonaro (53%)
SP - SP	Bolsonaro (53%)	Bolsonaro (45%)
<b>SE - Aracaju</b>	<b>Haddad (50%)</b>	<b>Bolsonaro (40%)</b>
TO - Palmas	Bolsonaro (45%)	Bolsonaro (59%)

Veja o mapa de presidente por estados atualizado para o 2º turno

Fonte: Gazeta do Povo

Figura 35 – Testes rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia



## Testes rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia

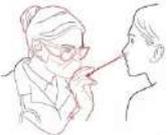
Resultados saem depois de 10 a 30 minutos, e só poderão ser feitos com o acompanhamento de um profissional.

Por André Paixão e Carolina Dantas, G1

30/04/2020 05h02 - Atualizado há um mês



### Diferenças entre PCR e teste rápido

PCR	Teste rápido
<b>O resultado sai em quanto tempo?</b>	
 no mínimo, 4 horas	 entre 10 e 30 minutos
<b>Como é a coleta?</b>	
 com um cotonete, recolhendo secreção da mucosa da boca e do nariz	 coleta de sangue, como em um teste de glicemia



Infográfico elaborado em: 29/04/2020

Coronavírus: resumo com as principais características dos testes moleculares e dos testes rápidos — Foto: Guilherme Luiz Pinheiro/Arte G1

Fonte: G1.

### 6.3 Percurso para Aplicação

Seguindo o roteiro para análises semióticas de Santaella (2005), os conceitos apresentados nos tópicos anteriores deste capítulo servem como base teórica. De agora em diante, apresentaremos o percurso de análise a ser seguido. Vamos mostrar como trabalharemos metodologicamente os conceitos da Semiótica nas análises das infografias do *Nexo Jornal*. O primeiro passo para desenvolver uma análise semiótica é o fenomenológico. Enxergar o material de análise de acordo com as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade.

Para isso, Santaella (2005), traça três passos para análise, que são o cerne do procedimento metodológico da Semiótica Aplicada. A partir desses passos é que construiremos as análises das infografias jornalísticas propostas nesta monografia.

#### 1. Abrir-se para o fenômeno e para o fundamento do signo

Segundo Santaella (2005), o primeiro passo tem relação com o olhar. Devemos dirigir ao signo primeiro um olhar contemplativo, pois o signo comunica através do modo como aparece/se mostra, ou seja, pelas suas qualidades. Em seguida, o olhar deve ser observacional, para que possamos enxergar o que é único no signo, saber discriminar os limites, contexto e diferenciar parte e todo. Já o terceiro olhar deve ser generalizador, para abstrair o geral do particular, entender a que lei obedece aquele signo. Estes três olhares nos permitem analisar o signo pelos seus fundamentos (qualidade, singularidade e lei).

Aqui, as infografias podem ser analisadas em si mesmas em três aspectos: qualitativos, em seus quali-signos, por exemplo nas cores, linhas, formas, volumes, movimento, dinâmica, dimensão, textura, luminosidade, composição, forma, design. Também podemos analisá-las em seus sin-signos, em seu aspecto singular. Assim, os sin-signos indicam que as infografias foram produzidas e existem em um espaço e tempo determinados. Além disso, podemos analisar seu caráter geral de algo que pertence a uma classe de coisas, através das convenções estabelecidas na linguagem dos infográficos.

## 2. Explorar o poder sugestivo, indicativo e representativo dos signos

O segundo passo, deve começar na relação do signo com seu objeto imediato, que depende da natureza do fundamento do signo. São três tipos de olhares também: o primeiro olhar é aquele que considera o aspecto qualitativo do signo, sua face de quali-signo. Nesse olhar o modo como signo se apresenta (objeto imediato) coincide com a qualidade de aparência do signo, que pode ser por sugestão, evocação ou associação. O segundo olhar é o que acata o aspecto existente do signo, ou seja, o sin-signo. Nele, o objeto imediato é a materialidade do signo como parte do universo a qual pertence. Por fim, o terceiro olhar é o que dá importância a propriedade da lei, o legi-signo. Ainda no segundo passo, o exame do objeto imediato nos remete diretamente para o objeto dinâmico, e há três formas a quais os signos se reportam aos seus objetos dinâmicos: modo icônico, o indicial e o simbólico. Para analisar o aspecto icônico do signo devemos atentar para o grau de semelhança entre as qualidades do signo e do objeto, seu poder sugestivo e evocativo dos quali-signos. Já a análise do aspecto indicial deve voltar-se para a forma de vestígios, marcas, traços que os sin-signos apontam, fazem referência. E por último, a análise do aspecto simbólico pode ser muito rica, na sua base estão os legi-signos são, as convenções culturais, que conduzem para um campo de referências onde estão os costumes e valores coletivos, os tipos de padrões estéticos, comportamentais, etc. Portanto, estes três olhares nos permitem analisar a referencialidade dos signos, como ícone, índice e símbolo (SANTAELLA, 2005).

Todo infográfico refere-se a alguma coisa que está fora do próprio infográfico. Nesse sentido, a referencialidade das infografias as infografias podem ser analisadas em outros três níveis: quando o poder de sugestão do infográfico deriva dos seus aspectos sensoriais, qualitativos, estaremos falando de ícones. Há semelhanças entre as qualidades das infografias e dos elementos que elas buscam substituir, que podem se apresentar através de imagens, diagramas e metáforas. Quando as infografias indicam com clareza aquilo a que elas se referem no mundo existente, estaremos falando de índices. Quando os infográficos representam ideias abstratas, convencionais, regras estabelecidas em sociedade, estaremos falando de símbolos. Assim, a infografia é analisada no seu caráter de tipo dentro de uma classe.

### 3. Acompanhar os níveis interpretativos do signo

Já o terceiro passo, acompanhar o nível interpretativo do signo, significa prestar atenção ao momento em que o signo se realiza como efeito em uma mente interpretante e completa sua ação como signo. Para isso, a análise dos interpretantes tem que atentar-se aos aspectos do fundamento do signo e nas relações do signo com seu objeto. São três os níveis do interpretante: imediato, dinâmico e final. No nível do interpretante imediato estão as possibilidades interpretativas a serem efetivadas em uma mente interpretadora no nível seguinte. Aqui os ícones representam possibilidades interpretativas abertas, pois nada no ícone é definitivo. Já os índices apresentam possibilidades fechadas, uma vez que o potencial interpretativo dos índices está na ligação existencial de um signo indicando seu objeto. Enquanto isso, o símbolo tem o potencial interpretativo incompleto, já que o potencial para significar e ser interpretados não se esgota em nenhuma interpretação particular (SANTAELLA, 2005).

No que diz respeito à interpretação das infografias, existem os tipos de efeitos que elas estão aptas a produzir nos seus receptores, ou seja, seus interpretantes imediatos, e os efeitos que as infografias efetivamente produzem em uma mente, seu interpretante dinâmico. Nesta análise nosso percurso metodológico dá conta das questões relativas aos modos como efetivamente percebemos, sentimos e entendemos as infografias. Ou seja, no papel de receptores como reagimos a elas, quais os efeitos causados pelas infografias em nossas mentes. Ainda que isso seja uma questão hipotética, pois jamais saberemos, de fato, quais os efeitos reais de uma infografia (ou de qualquer texto) na mente de alguém.

Quando levantamos essas possibilidades interpretativas, estamos na posição seguinte, no segundo nível interpretativo, no papel do interpretante dinâmico, uma mente intérprete única, um intérprete particular de um sistema de signos específico.

Assim, Santaella (2005, pág. 30) destaca: “é muito importante lembrar que, em todo ato de análise semiótica, sempre ocupamos a posição lógica do interpretante dinâmico, pois analisar também significa interpretar”. Dentro da análise semiótica, quando chega-se ao

interpretante dinâmico estamos nos referindo aos níveis interpretativos que o signo efetivamente produz na mente de quem conduz a análise. Santaella (2005, pág. 40) afirma:

Os níveis interpretativos efetivos distribuem-se em três camadas: a camada emocional, ou seja, as qualidades de sentimento e a emoção que o signo é capaz de produzir em nós; a camada energética, quando o signo nos impele a uma ação física ou puramente mental; e a camada lógica, esta a mais importante quando o signo visa produzir cognição.

Já o interpretante final, é aquele não pode ser nunca alcançado por um intérprete particular, podemos chegar a um limite ideal, aproximável do que poderia ser este efeito, porém ele não é atingível.

Portanto, após a apresentação das bases teóricas para aplicação dos conceitos e do percurso a ser seguido para a aplicação, prosseguiremos agora para o desenvolvimento da análise semiótica comparativa entre as infografias do *Nexo Jornal* e de outros veículos de comunicação.

## **6.4 Análises Semióticas Comparativas**

### **6.4.1 Infografias sobre Lionel Messi vs Cristiano Ronaldo**

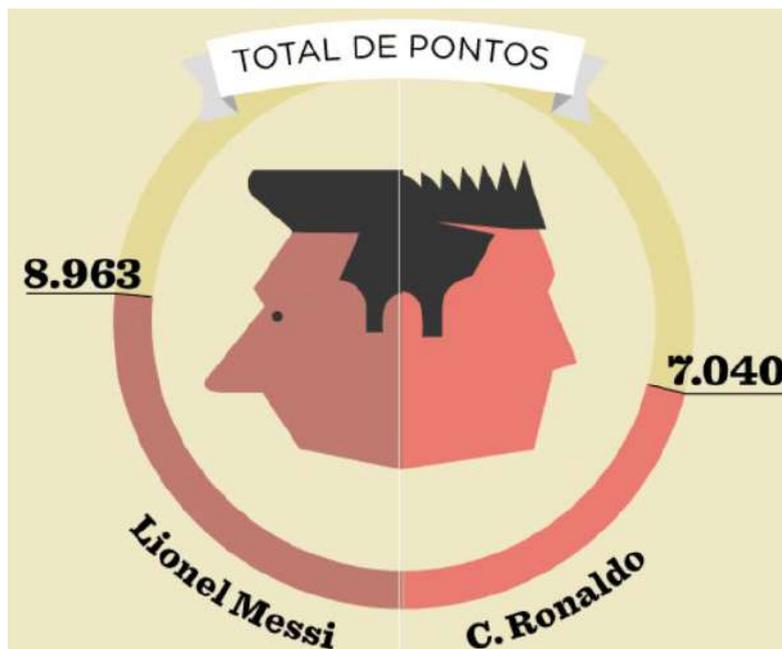
#### **6.4.1.1 Messi ou Cristiano Ronaldo? As votações da FIFA desde 2007**

A infografia busca representar a rivalidade entre Lionel Messi e Cristiano Ronaldo na escolha de melhor jogador de futebol do mundo pela FIFA desde 2007 até 09 de janeiro de 2016, quando o produto foi publicado pelo *Nexo Jornal*.

Há uma ilustração (Figura 36) composta pelo desenho vetorial do perfil de dois homens, que estão opostos um ao outro. Estes desenhos estão dentro de um círculo e um gráfico de pizza. Ao longo da infografia existem outras ilustrações menores e gráficos, além deles, há um manda mundi. O infográfico é todo feito em tons terrosos, em cores como bege,

marrom, amarelo queimado, porém há alguns elementos como setas e destaques em um tom de azul.

Figura 36 – Detalhe das ilustrações de Messi e Cristiano Ronaldo



Fonte: Nexo Jornal.

Ao observar as propriedades internas da peça infográfica, a qualidade dos signos ou quali-signos, nota-se a utilização de cores em tons neutros. As cores neutras são branco, preto e os tons de cinza, porém os subtons de outras cores, em tonalidades mais fracas, muitas vezes misturadas ao branco, também podem ser consideradas neutras, a exemplo do bege e marrom. No caso dessa peça, encontram-se as tonalidades neutras do amarelo, bege e vermelho, além de um tom de azul. As formas utilizadas no infográfico, por sua vez, são simplificadas, há preferência pela utilização de linhas finas.

Há ilustrações com poucos elementos, cores limitadas e que utilizam formas geométricas simples. Além disso, os elementos estão dispostos ao longo da infografia separados por uma linha fina no centro da página. Essa linha, fina e na cor branca, conecta todos os elementos do design da infografia, como uma espécie de fio condutor da narrativa.

No aspecto da singularidade, ou seja, os sin-signos, reparamos para aspectos que remetem ao universo ao qual a infografia pertence. Encontramos assim, um mapa mundi, que

indica a espacialidade a qual a competição faz parte, onde representantes de todos os continentes e países opinam para a escolha do melhor do mundo.

Nas convenções internas da infografia, os legi-signos, encontra-se a convenção de que cada jogador será representado por uma cor nos gráficos e mapa, que por sua vez também são representações da realidade acordadas em sociedade.

Ao observarmos os aspectos icônicos, ou seja, os signos que representam por semelhança, encontram-se as ilustrações dos jogadores, que buscam retratar os aspectos físicos, como formato do nariz e dos olhos, estilo de cabelo e coloração da pele de Messi e Cristiano Ronaldo, respectivamente.

No aspecto icônico do diagrama, nota-se a presença de mapas e gráficos (os chamados de pizza, barra, em eixos x e y), que representam a realidade através da relação de analogia entre as partes do gráfico e o número real de pontos que cada jogador detém, por exemplo. Já no aspecto indicial verificamos a presença dos elementos que fazem menção ao universo do futebol, como as citações das figuras dos técnicos e capitães de futebol e a presença de nomes de outros jogadores, como Kaká, Xavi, Iniesta e Neymar.

Esta infografia, na fase semiótica da significação, no efeito efetivamente causado em uma intérprete, ou seja, em seu aspecto de interpretante, transmite um aspecto de simplicidade, minimalismo, continuidade. A utilização do amarelo em tom neutro no fundo de toda página dá sensação de que a atenção do leitor deve voltar-se aos detalhes em tons de bege e vermelho, as cores utilizadas para representar cada jogador no infográfico.

A disposição dos elementos, separados por uma linha muito tênue no centro da página, causa o efeito de continuidade da narrativa. Além disso, a disposição entre os opostos é feita de maneira equilibrada, o que passa a sensação de equidade entre os jogadores.

#### 6.4.1.2 Duelo de Gigantes

A infografia publicada em 30 de janeiro de 2013 pelo Uol Esportes, pretende comparar as estatísticas que envolvem os jogadores de futebol Cristiano Ronaldo e Lionel Messi durante a Copa do Rei, competição nacional de futebol da Espanha.

Há um título, seguido por duas fotografias de dois homens que parecem estar em um mesmo estádio de futebol. Os homens parecem ser jogadores de futebol, pelas roupas e gestos que fazem nas fotos. O primeiro jogador faz uma comemoração com dois braços erguidos, enquanto o segundo gesticula com uma mão com o dedo indicador apontado para cima. Abaixo, as fotos são seguidas por caixas de texto, gráficos, e números. Este infográfico é feito predominantemente em tons de azul e cinza.

Na observação dos elementos da infografia em si, os quali-signos, nota-se a utilização cor azul, que é predominantemente explorada em tons e subtons, além da presença de formas retangulares, com exceção de duas únicas formas, que tem o formato das arestas arredondados, e também do uso de linhas pontilhadas. A distribuição dos elementos da página recorre a divisão central da infografia, dispondo os jogadores em oposição, Messi à direita e Cristiano à esquerda.

Quanto aos sin-signos, há a utilização de fotos (Figura 37) que indicam a existência dos jogadores. Por fim, quanto às convenções internas do infográfico, ou os legi-signos, há o acordo de que Cristiano Ronaldo será representado pela cor azul em sua tonalidade mais escura, enquanto Messi será representado pela tonalidade mais clara da mesma cor.

Quando voltamos a atenção para os signos que representam por semelhança a elementos externos a infografia encontramos as fotografias dos jogadores e as ilustrações de troféus, que são signos icônicos imagéticos, que substituem os objetos representados por

serem fisicamente parecidos com eles. Ademais, também há utilização de gráficos de barras, que podem ser vistos semioticamente como outro tipo de signos icônicos: os diagramas.

A respeito dos efeitos interpretativos que a peça infográfica causa, destacamos a associação que a utilização dos tons de azul causam. Esta cor, em geral, é utilizada nas editorias de esportes, também é a cor presente em vários uniformes de times de futebol. Na própria fotografia presente na infografia podemos notar que há tons de azul nas camisas de Messi e Cristiano Ronaldo. Além disso, em vários casos, o azul é utilizado para remeter ao masculino. Assim, ao interpretar o infográfico podemos entender que esta produção é voltada para o público das editorias de esporte, que é predominantemente masculino. Além disso, a utilização dessa cor nas editorias de esporte busca representar que os times, que entre outras cores tem azul em suas paleta de cores, estão presentes nas matérias veiculadas naquela seção.

Figura 37 – Fotografias mostram os rivais: Messi e Ronaldo



Fonte: Uol Esportes

A divisão em duas partes da infografia acaba sendo prejudicada pela escolha da variação dos tons de azul, uma vez que a tonalidade mais clara acaba chamando mais atenção, o que causa um desbalanceamento entre os elementos da página. Ao longo da peça, há utilização de muitos blocos de texto, o que causa um efeito de poluição, no aspecto visual.

### 6.4.1.3 Aprofundamento das análises

Em uma análise mais aprofundada das infografias sobre a rivalidade/comparação entre Messi e Cristiano Ronaldo, podemos dizer que na primeira infografia, produzida pelo *Nexo Jornal*, a utilização de cores em tons neutros, a escolha pelo estilo de ilustração minimalista, onde não há muitos elementos e predominam as formas geométricas, a distribuição dos elementos na página tornam o design da peça neutro, equilibrado e simples.

Além disso, a divisória central, representada por uma linha tênue, ajuda na impressão de equilíbrio entre os atletas que a infografia passa. Outro destaque é a boa utilização de mapas e gráficos, que trazem informação de forma visual e não só numérica. Um aspecto que também chama atenção é que a infografia parece buscar representar a rivalidade entre os atletas sem relacioná-los diretamente ao esporte que praticam, o futebol. Este aspecto pode indicar um certo grau de imparcialidade do veículo, que buscou representar a disputa entre atletas sem o favorecimento dos clubes.

A utilização de cores neutras e ilustrações minimalistas passam a ideia de que este infográfico é sobre atletas e não sobre futebol ou clubes. Assim, em geral, a rivalidade entre os jogadores é representada de forma justa, bem balanceada e a infografia se apresenta como uma forma de visualização de dados compreensível e com maior potencial informativo.

Já na segunda infografia, produzida pelo Uol Esportes, há presença de muitos blocos de texto e repetição de elementos visuais em uma mesma área, o que causa uma certa poluição visual. O infográfico se propõe a comparar os jogadores inserindo-os no contexto do esporte. Até mesmo as fotografias utilizadas foram editadas de forma a dar entender ao leitor que ambos, Messi e Cristiano, estão em um mesmo estádio de futebol.

Em relação a cores, a utilização da dualidade entre os tons de azul claro e escuro favorece os tons mais claros, sendo o lado direito, onde estão os dados sobre Lionel Messi, o mais atrativo aos olhos. Além disso, o uso da cor azul, que é cotidianamente utilizada para

representar o masculino, acaba dando a entender que a publicação está associada ao estereótipo de que futebol seria um esporte voltado para o público masculino.

Por fim, as estatísticas são trabalhadas mais de forma numérica do que visualmente, sendo assim, há presença de muitos números e apenas dois gráficos, que são de grande ajuda na visualização de dados. Portanto, de forma geral, a segunda produção é mais poluída esteticamente, a apresentação dos recursos visuais tenta colaborar para um possível equilíbrio entre os jogadores, porém ela acaba sendo visualmente desbalanceada.

## **6.4.2 Infografias sobre baleias no Brasil**

### **6.4.2.1 Quais as são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir**

A infografia (Página publicada pelo *Nexo Jornal* em 17 de outubro de 2017, procura representar as características e rotas das quatro espécies de baleias que transitam na costa brasileira todos os anos.

Há um fundo azul em todo o material gráfico, por cima dele há ilustrações vetoriais de baleias em comparação a ilustrações vetoriais de figuras humanas que parecem estar trajadas com trajes de mergulho, mapas que mostram alguns continentes, como América, África, Europa, parte da Ásia e Antártica.

Ao observar a infografia pelos seus quali-signos, notamos a presença da cor azul em toda a página. Há também a presença de formas arredondadas para representar a distribuição da espécie pelo mundo e de formas retangulares para apresentação de mais explicações.

Ao longo do infográfico encontram-se a utilização de linhas finas e a repetição de um modelo de apresentação da espécie de baleia que é constituído por: ilustração não realista da espécie baleia, onde o animal é retratado com feição amigável (Figura 38), mapa com a distribuição da espécie no mundo e bloco retangular de texto dividido em 9 partes, sendo uma

delas composta por ilustrações. Por fim, há a presença de um gif, que apresenta as rotas das baleias Francas e Jubartes ao longo do ano.

Notamos a presença de sin-signos que fazem referência ao espaço e tempo e contexto que a produção está inserida através das representações visuais como o mapa mundial, a ilustração da baleia ao lado da ilustração de um mergulhador, que indica as dimensões da espécie; e da cor azul como indício de que aqueles seres representados pertencem ao mundo aquático.

Figura 38 – Detalhe da ilustração não realista de um dos tipos de baleia que circulam no Brasil.



Fonte: Nexo Jornal.

Quanto ao caráter icônico das infografias, compreendemos que a utilização de ilustrações das baleias buscam representar os animais através de certa semelhança entre desenho e espécie propriamente dita. Além disso, a utilização de mapas de toda a superfície do planeta Terra é a representação icônica de um diagrama, pois há relação de analogia entre a representação cartográfica e o planeta em si.

No que diz respeito ao caráter indicial dos signos presentes nesta infografia, destacamos principalmente a utilização da ilustração das espécies das baleias estar acompanhada da ilustração de um ser humano, esta representação se propõe a ser um indicador do tamanho da espécie em relação aos humanos.

Na fase do interpretante, podemos dizer que a utilização dos diversos tons de azul passam a impressão de harmonia e calma em relação aos elementos que compõem a página do site. As formas arredondadas nos remetem também ao mar e a fluidez da água.

Além disso, a escolha por ilustrações onde as espécies são retratadas com aparência delicada, terna, ajudam a reforçar a noção de combinação agradável, os animais parecem não ser ameaçadores. Na apresentação geral das informações, a produção é didática, ao trazer as características das espécies de forma blocada logo após a apresentação do tipo de animal e de onde ele pode ser encontrado.

#### **6.4.2.2 No rastro dos gigantes**

No produto da Revista *Época*, publicado em 22 de fevereiro de 2010, a proposta é representar a movimentação de uma única espécie de baleia que transita na costa brasileira, a Jubarte.

Há um fundo branco. Sob ele há um mapa da metade direita do Brasil, uma caixa de texto azul e um desenho realista de uma baleia no topo da infografia. Em um breve olhar, conseguimos ver ainda outras ilustrações de vetoriais baleias, ilustrações em art line de figuras humanas e barcos e no fim da página uma espécie de lupa que amplia um trecho do mapa.

Os quali-signos presentes nessa produção são: a presença predominante da cor azul e a utilização das cores vermelha e amarelo para destacar alguns aspectos da infografia; a

utilização de linhas discretas; o uso de uma forma retangular para destacar elementos textuais e círculos amarelos para chamar atenção para um certo elemento da ilustração.

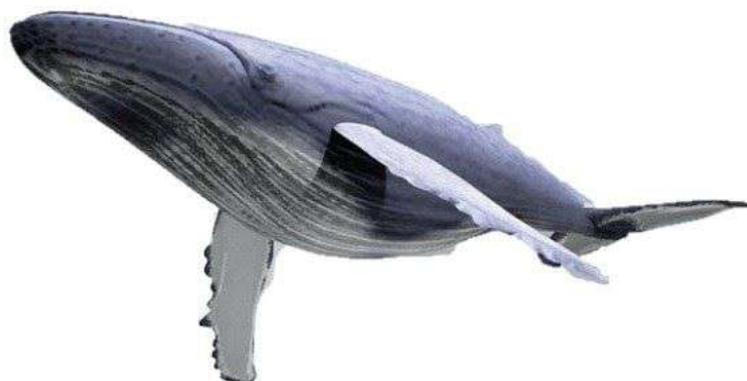
Já os sin-signos, que fazem referência ao tempo-espaço a qual a produção pertence, se apresentam através da representação cartográfica do mapa do Brasil a esquerda da página. Dentro da infografia, encontramos também legi-signos através da utilização do vermelho para representar algo novo e do amarelo para destacar algo sempre que necessário.

Quanto aos ícones, destacamos a presença das ilustrações das baleias. Primeiro a baleia Jubarte (Figura 39), em posição central e ilustrada com traços realistas, como se tivesse sido feita a partir de uma fotografia do animal, que nesta infografia ocupa o lugar de imagem. Também há ilustrações das silhuetas das outras espécies de baleia. Além disso, há mapas, uma ilustração que explica como os mamíferos são rastreados, através da inclusão de um transmissor, e qual o material utilizado nesse processo. Todos esses elementos podem ser considerados diagramas, pois tem similaridade com os processos representados. Já dentre os índices encontrados, destacam-se os mapas, que indicam o litoral do país e a distribuição das ilustrações das baleias, posicionadas segundo uma escala de tamanho que apontam para os tamanhos reais dos animais.

O efeito interpretativo que a infografia da Revista Época causa é de elucidação, como se a peça tivesse sido pensada visualmente para explicar um fenômeno da ciência, o trânsito desses animais na costa brasileira, e para sanar curiosidades sobre o processo de rastreamento desses gigantes. Assim, com um design bem resolvido, uma ilustração bem trabalhada e diagramas explicativos.

O uso da ilustração realista e o nível de detalhamento da rota dos animais, do passo a passo de como eles são rastreados, mostram como em apenas uma página é possível representar um fenômeno de forma otimizada.

Figura 39 – Detalhe da ilustração realista presente no topo da infografia.



Fonte: *Revista Época*

#### 6.4.2.3 Aprofundamento das análises

O infográfico do *Nexo* tem uma proposta mais educativa, voltada para o público que busca entender mais sobre as diferentes espécies de grandes mamíferos marinhos carnívoros. Sendo assim, ela tem uma apresentação das informações mais didática, que segue um modelo padrão, onde os textos encontram-se blocados abaixo das representações gráfico-visuais.

Podemos afirmar isto também pela forma de representar visualmente as baleias, com ilustrações vetoriais que parecem ter caráter mais ilustrativo do que informativo em relação a como é a anatomia dos animais.

Além disso, há ilustração e texto, separadamente. Então, apesar de ser esteticamente agradável e de ter bons elementos gráficos e multimídia, o infográfico não explora a visualização da informação, apresentando as características das espécies de forma isolada. Em geral, a produção informa, mas não aprofunda a informação, ou trabalha de uma forma visual menos isolada.

Enquanto isso, a infografia da *Época* é mais científica e técnica, voltada para o público alvo que busca compreender a ciência. A forma de representar visualmente as baleias aqui é mais realista, e busca detalhar como é a anatomia do animal através de um desenho digital realista.

A peça mostra, aprofunda e trabalha a informação. O design bem elaborado, com uma divisão funcional dos elementos visuais e textuais, permite que em uma única página caibam muitos elementos e que eles trabalhem em conjunto para o desenho da informação. Há um equilíbrio causado pela mistura de texto e imagem, de modo esquematizado, que colaboram para a explicação do fenômeno a ser representado.

### **6.4.3 Infografias sobre Eleições presidenciais de 2018**

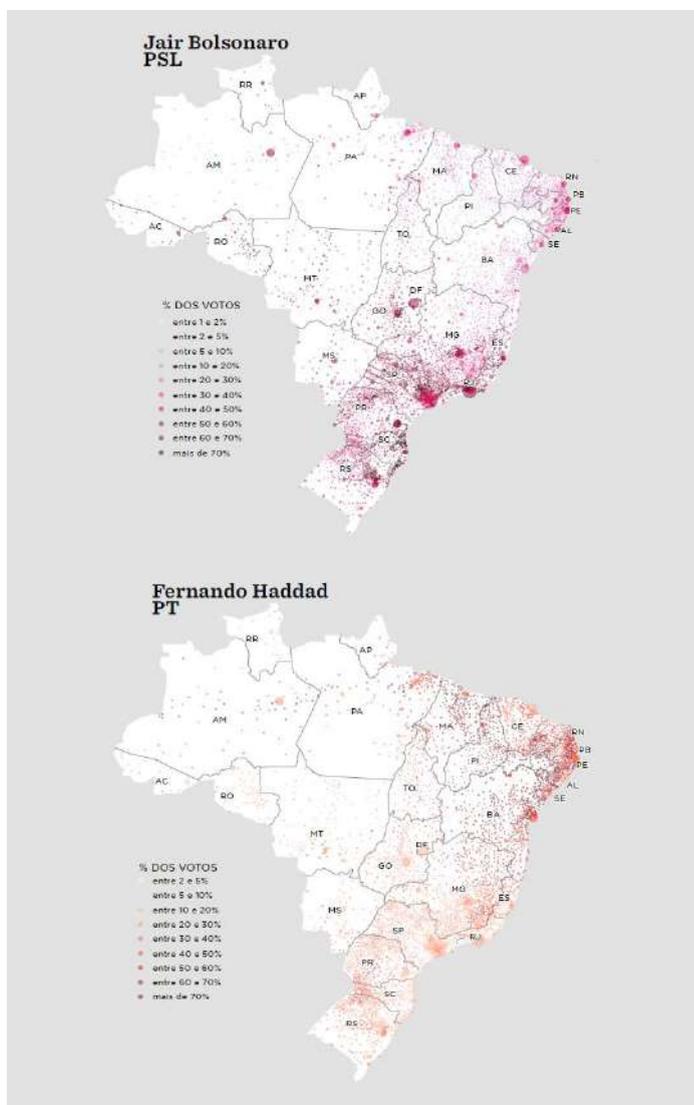
#### **6.4.3.1 Como o Brasil votou para presidente, em mapas**

O infográfico publicado pela equipe do *Nexo Jornal* em 8 de outubro de 2018 busca apresentar através de mapas a distribuição dos votos para presidente no país, ou seja, representar através da visualização de dados como o Brasil votou para presidente.

Há um fundo acinzentado na infografia, que é preenchida com mapas do Brasil. Os mapas seguem um padrão, são brancos, já as cores utilizadas para a visualização de dados de cada um muda ao longo do infográfico. No primeiro mapa há presença das cores vermelho e roxo, majoritariamente. Voltando o olhar para as características de qualidade da produção (quali-signos), encontramos as cores verde, vermelho e lilás em uso (Figura 40).

Além disso, nota-se que a forma escolhida para representar a quantidade de votos em milhões foi a de um círculo. O design da página em geral é simples, com a distribuição dos elementos gráficos ao longo do espaço da tela alinhados verticalmente ao centro.

Figura 40 – Detalhe de trecho do infográfico sobre as Eleições 2018



Fonte: Nexo Jornal.

Em relação aos sin-signos, destacamos os mapas do Brasil e todos os elementos que indicam região e cidades do país, e que se repetem ao longo da infografia. Dentro da infografia, convencionou-se representar os então candidatos à presidência por cores, e estes são legi-signos: Jair Bolsonaro é representado pela cor lilás, Fernando Haddad pela cor vermelha e Ciro Gomes pela cor verde. Nesta infografia, não há signos icônicos de imagem, havendo a presença somente de ícones de diagrama, que são mapas do Estado brasileiro, gráficos de barras e a visualização de dados em formato de círculo que representam os votos válidos em milhões.

Quanto ao efeito interpretativo efetivamente causado, esta infografia parece cumprir o dever de apresentar os votos do 1º turno para presidente no Brasil de forma simples e esclarecedora. A apresentação dos números de votos válidos através dos círculos coloridos facilita a compreensão de como cada estado ou região votou em 2018.

É possível ver através dos mapas por candidatos como estão espalhados os eleitores de cada um dos candidatos e ainda onde estão os votos em branco e anulados. Apesar da repetição do elemento visual do mapa, que a princípio pode causar a impressão de monotonia, a produção gera uma sensação de elucidação, ao apresentar as estatísticas de forma direta e simples.

#### **6.4.3.2 Mapa eleitoral de presidente por estado no 1º turno**

O infográfico do jornal curitibano *Gazeta do Povo*, foi publicado em uma seção especial sobre as Eleições de 2018 no portal de notícias do veículo em 7 de outubro de 2018. O objetivo da infografia é representar quem ganhou as eleições presidenciais em cada estado do país no 1º turno eleitoral daquele ano.

Há logo no começo, um gráfico horizontal. Neste gráfico há ilustrações caricatas de candidatos à presidência, as figuras humanas parecem ser de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad, há ainda uma ilustração em menor escala que parece representar Ciro Gomes. Após este gráfico, há mapas seguindo a mesma escala de cores e também em escala de cinza, e na parte inferior da infografia há uma espécie de tabela. Os primeiros quali-signos notados no trabalho são as cores azul, bege, laranja, vermelho e cinza que se repetem ao longo de toda a infografia em suas variações.

Aqui também nota-se que a forma escolhida para representar a quantidade de votos em milhões foi a de um círculo. A página apresenta uma primeira parte, onde há presença de formas geométricas, ilustrações e um mapa, que são seguidos pela segunda parte, onde há dois mapas estáticos e dois mapas interativos e uma tabela.

A presença da data de publicação, dos mapas do Brasil, das ilustrações e nomes dos políticos indicam o período eleitoral, a região e os envolvidos no contexto eleitoral a qual a infografia faz parte. Já as representações de uma cor substituindo cada candidato, a forma circular para representar número de votantes são exemplos de legi-signos. Bem como a utilização de uma escala de cinza usada em um dos mapas, onde a tonalidade mais clara representa menor número de votos e a tonalidade mais escura do cinza representa maior número de votos.

Quanto ao aspecto icônico-imagético dessa produção, destaca-se o uso da ilustração caricata para representar através da semelhança os candidatos mais votados no país: Bolsonaro, Haddad e Ciro. Enquanto isso, os mapas e gráficos funcionam como diagramas. Além de serem imagens, as ilustrações também podem ser consideradas indícios da existência de cada político representado. A quantidade de votos em formato circular também é índice do maior ou menor número de eleitores de acordo com o tamanho em que elas aparecem.

Quanto ao interpretante dinâmico, ao primeiro olhar a infografia transmite um sensação de comicidade, por optar representar os candidatos através de caricaturas, tipo de ilustração que acentua características da pessoa representada de forma humorística. Essa primeira impressão do espírito cômico, porém, não se mantém. O mapa que segue a linha narrativa após a ilustração utiliza formas retangulares que causam estranheza, os mapas interativos são confusos e o mapa apresentado em escala de cinza acaba sendo monótono e sisudo. Ou seja, em geral o design da página transmite uma ideia de desarmonização.

#### **6.4.3.3 Aprofundamento das análises**

A infografia do *Nexo* traz a visualização de dados sobre as eleições de forma mais concentrada e resumida. Ela é esteticamente bem resolvida, ao utilizar na visualização de dados cores que chamam atenção e círculos que representam bem a dimensão dos eleitores de cada candidato.

Ao analisarmos semioticamente o design da notícia parece ser certo, apresentando de forma objetiva os dados apresentados na infografia. A produção é harmônica, segue um padrão esteticamente contínuo e trata as informações com objetividade e seriedade.

Figura 41 – Detalhe das caricaturas do infográfico da *Gazeta do Povo*



Fonte: *Gazeta do Povo*

Enquanto isso, o infográfico da *Gazeta do Povo* apresenta no início um tom de descontração, através de caricaturas, que desenhos que buscam evidenciar, ironicamente, por vezes, características físicas das pessoas representadas, que não tem continuidade ao longo da infografia. Além disso, as imagens dos candidatos obedecem a uma função mais opinativa, já que caricaturas são comumente usadas em charges e outras representações gráficas para realizar críticas.

A representação em escala das imagens também atrapalha a função informativa. A proporção das imagens não corresponde a proporção dos votos recebidos por cada candidato. Já que, no *site* da *Gazeta*, a caricatura de Jair Bolsonaro mede 5,0 centímetros, enquanto a de Fernando Haddad mede 5,5 centímetros, aproximadamente (Figura 41). Assim, a caricatura do candidato que recebeu maior número de votos é menor, em escala (medindo somente a altura), do que a do candidato que ficou em segundo lugar na disputa. Por fim, não há um estilo gráfico bem definido entre os mapas, pois as representações que trazem os votos do país, as votações por candidatos e por estados são apresentadas em estilos diferentes.

Especificamente, há um gráfico que utiliza uma escala de cinza, que, diante da gama de cores e formas de visualização de dados que a tecnologia proporciona atualmente, se mostra monótona e de difícil compreensão, chegando até mesmo a ser desinteressante. Por fim, a infografia se delonga, trazendo além dos mapas, uma tabela que poderia ter sido incluída visualmente no design ou totalmente excluída.

#### **6.4.4 Infografias sobre os tipos de testes para detectar a infecção por coronavírus**

##### **6.4.4.1 Quais os testes para detectar o coronavírus e como funcionam**

O infográfico publicado em 8 de abril de 2020 pelo Nexo Jornal, durante a pandemia da Covid-19, procura apresentar, explicar e distinguir os tipos de testes que identificam a presença do coronavírus em pessoas infectadas.

Há uma ilustração vetorial de um homem sendo examinado para detectar o novo coronavírus, já que há uma espécie de haste flexível com ponta de algodão sendo inserida em seu nariz, logo abaixo há mais ilustrações, essas parecem ser de processos microscópicos ou feitas em laboratórios. Há outra ilustração em escala maior, cujo desenho mostra um par de mãos manuseando a mão de outra pessoa e também o que parece ser um espécie de teste realizado através das gotas de sangue que saem de um dedo, abaixo desta, também há mais ilustrações de processos ou análises que parecem buscar representar as explicações científicas de como funciona o teste.

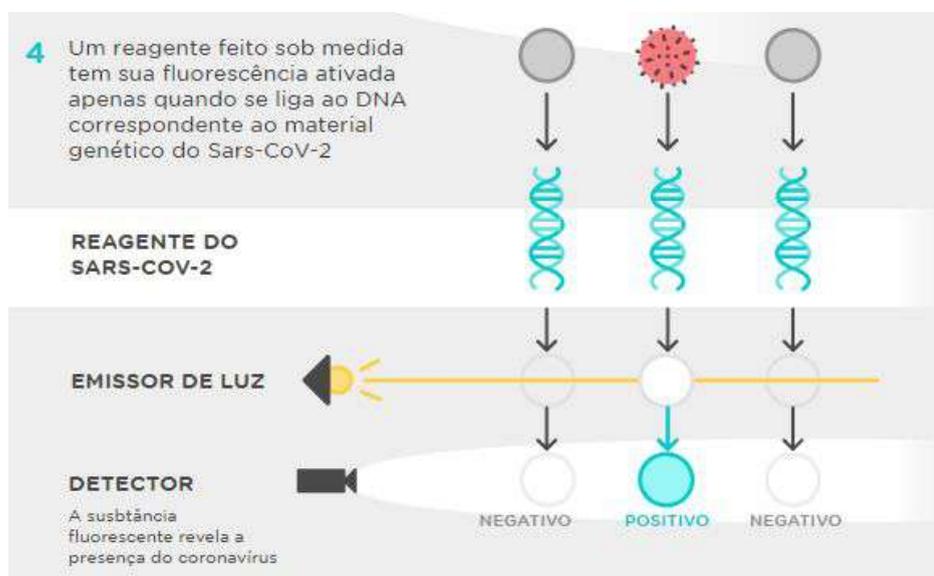
Nos aspectos qualitativos, ou quali-signos, destacamos o uso das cores cinza, azul, branco, vermelho e amarelo em todo o design da infografia. O traçado utilizado é fino e preciso, as formas são arredondadas, como nos destaques de cada título. Os sin-signos são ilustrações, encontradas ao longo da infografia, que indicam o universo ao qual a peça faz parte: a pandemia de Covid-19. Em termos de legi-signos, destacamos a presença da ilustração do novo coronavírus.

Ao analisar os aspectos icônicos do infográfico encontramos diversas ilustrações, que são signos imagem, todas mostram detalhadamente como são colhidas as amostras das pessoas a serem testadas e como funcionam os testes, desde o funcionamento molecular do teste genético até a ação dos reagentes no teste sorológico.

Ainda nos aspectos icônicos, podemos dizer que a combinação das ilustrações compõem um diagrama de como funcionam os testes (Figura 42), porque, apesar de não ser possível ver a olho nu, a fase molecular e sorológica do processo de testagem tem analogia com as ilustrações produzidas.

Quanto aos aspectos indiciais, destacamos a escolha da paleta de cores como índice de qual jornal a produção pertence. Ao utilizar o azul, cinza e branco, cores que estão presentes na identidade visual do *Nexo*, a intenção parece ter sido unificar produtor e produto.

Figura 42 – Detalhe de como é detectado o coronavírus no teste RT-PCR



Fonte: Nexo Jornal

Outro aspecto interessante é a escolha da cor usada na pele das pessoas representadas nas ilustrações: o cinza. Essa utilização indica que o veículo busca certa imparcialidade, ao

usar cores neutras para representar a pele humana, além disso essa escolha também indica cuidado na produção, para evitar a reprodução de estereótipos.

Por fim, destacamos como símbolo a representação do coronavírus. Os vírus são invisíveis a olho nu, sendo acessados por nós apenas através de imagens de microscópios. Assim, representar essa classe requer cuidado. O coronavírus têm esse nome por possuir um revestimento de proteína ao seu redor, que lembra uma coroa de espinhos. Então, para representar visualmente esse tipo de vírus, na maioria dos casos por convenção, são usadas ilustrações de uma esfera com hastes ou espinhos ao seu redor. No caso desta infografia, o coronavírus foi representado simbolicamente por uma esfera avermelhada com espinhos num tom de azul escuro.

A respeito dos efeitos causados pela interpretação desta infografia, podemos dizer que de modo geral, essa peça causa elucidação, explicação e detalhamento. O design é simples, bem resolvido e busca ser minucioso nos detalhes, o que causa um efeito de produção didática, que apresenta, explica e diferencia.

#### **6.4.4.2 Diferenças entre PCR e teste rápido**

O infográfico que abre a matéria “Testes rápidos rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia” foi publicado no dia 30 de abril de 2020, pelo portal de notícias G1. Esta produção gráfica busca apresentar as diferenças sobre os tipos de testes disponíveis para detecção da Covid-19.

Há um título e linhas bem finas, quase não visíveis que separam ilustrações pelo o que parecem ser temáticas apontadas por títulos em vermelho. Dentro das linhas horizontais, há ilustrações à direita e esquerda. Os desenhos são vetoriais feitos através de line art. Há ilustrações de uma pessoa inserindo uma haste flexível com ponta de algodão nas narinas de outra pessoa, outra ilustração de um par de mãos manuseando uma espécie de agulha e

perfurando um dedo de outra pessoa, também há ilustrações de processos que parecem ser laboratoriais e microscópicos.

Ao analisar as características da infografia encontramos como quali-signos a utilização das cores branco, cinza e vermelho, além do emprego de linhas finas. Já sobre os sin-signos, destacamos a presença de ilustrações que indicam o contexto ao qual esta infografia faz parte, a pandemia do coronavírus.

Existe ainda uma convenção própria ou interna do infográfico no que diz respeito ao uso da cor vermelha, que neste caso identificamos como legi-signo: todos Equipamentos de Proteção Individual (EPI), como máscaras e luvas, foram representados na cor vermelha, alguns elementos laboratoriais também, bem como formas que procuravam destacar quaisquer elementos (Figura 43). Dessa forma, o vermelho foi utilizado como legi-signo de atenção.

Figura 43 – Detalhe do uso da cor vermelha nas ilustrações da infografia.



Fonte: G1

Quanto ao caráter icônico da infografia, as ilustrações que apresentam as diferenças entre os tipos de exame, bem como seus respectivos funcionamentos, são destaques de signos de imagem. O procedimento, desde o tempo médio, passando pela coleta, a explicação de funcionamento e o resultado do exame, apresentado por ilustrações, também funcionam em conjunto como um diagrama.

Ao analisar o caráter indicial do infográfico, identificamos a utilização de cores que estão de acordo com a identidade visual do portal de notícias, o G1, que mostram a qual veículo o produto pertence. Por fim, quanto ao caráter simbólico, destacamos o uso da cor vermelha, como forma de representar itens importantes da produção. Por fim, quanto aos efeitos interpretativos, esta infografia é harmônica, com design bem resolvido, a informação é tratada de forma rápida e simples, o que causa um efeito de algo breve, acelerado.

#### **6.4.4.3 Aprofundamento das análises**

Os dois veículos preferiram utilizar cores neutras (branco e cinza) para representar a pele humana, dessa forma podemos dizer que eles buscaram a parcialidade e a neutralidade, ao evitar cores como o bege ou rosa para representar pessoas.

A infografia do *Nexo Jornal* sobre os testes para identificar a infecção por Covid-19 se aprofunda no passo a passo dos exames genético e sorológico. Assim, ela apresenta, nos mínimos detalhes e da forma mais explícita e visual possível como funcionam o teste RT-PCR e o teste rápido.

Ela é didática, informativa e completa, uma vez que esclarece sem precisar de mais elementos fora da infografia, apresentando até mesmo a possibilidade de resultados inválidos. De forma geral, a infografia é bem resolvida visualmente, mas o que chama mais atenção é o fato da produção conseguir explicar o passo a passo da testagem de forma completa e detalhada, possuindo assim maior potencial informativo.

Por sua vez, o infográfico do G1 parece ser mais superficial, pois a apresentação das etapas da testagem é feita de forma rápida. A infografia em si apresenta as diferenças entre os testes, mas não se aprofunda nas explicações que poderiam ter sido feitas, sobre o processamento do exame, sobre as outras possibilidades além do resultado positivo.

Sendo assim, a infografia parece ser complementar ao resto da matéria, algo que não foi analisado neste trabalho. Uma vez que ela apresenta as diferenças, mas não responde todas as perguntas e curiosidades a respeito da testagem dentro das margens do seu design.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar as infografias jornalísticas do *Nexo Jornal* constituiu-se como propósito inicial deste Trabalho de Conclusão. A princípio, entendemos que os infográficos em geral são fenômenos da Comunicação. Dessa forma, eles possuem elementos que podem ser vistos como signos semióticos e atuam, segundo a tricotomia da Semiótica de Peirce, em relação a si mesmo, ao objeto e ao interpretante. Para investigar esse fenômeno, buscamos responder algumas perguntas ao longo desta pesquisa.

No Capítulo 2, procuramos reconhecer estudos previamente realizados nas áreas que envolvem a temática estudada nesta pesquisa: Infografia; *Nexo Jornal*, Semiótica. Este capítulo foi importante para a descoberta de pesquisas que apontam para revisão bibliográfica sobre a Infografia, outras que abordam a relação do *Nexo* com a visualização da informação e a convergência digital e, por fim, que tratam da Semiótica como método. Destacamos os trabalhos de Lucas (2010), Teixeira (2010), Hoewell (2018) e Santaella (1983), que foram encontrados neste Estado da Arte, e foram essenciais para o desenvolvimento dessa pesquisa.

Já no Capítulo 3, apresentamos uma breve Revisão Bibliográfica que nos auxilia a compreender a Infografia e os conceitos que envolvem esta temática. Aqui revisamos a história recente da infografia e também apontamos tipologias e classificações dos infográficos jornalísticos. No capítulo seguinte, o Capítulo 4, abordamos o *Nexo Jornal*, o objeto de estudo desta pesquisa. Conhecer o veículo, sua história, política editorial, equipe e rotinas produtivas foi de grande ajuda para compreendermos o processo de produção de sentido das infografias do veículo.

No Capítulo 5 apresentou a Semiótica de Peirce como teoria e metodologia utilizada em diversas análises discursivas, comparativas, de design, etc. Este capítulo foi indispensável para compreensão do percurso teórico-metodológico da Semiótica Aplicada. Através dele é que pudemos entender como elaborar as análises das infografias jornalísticas propostas nesta monografia

Por fim, no Capítulo 6 desenvolvemos a Análise Semiótica Comparativa: infografias do *Nexo Jornal* e de outros veículos de comunicação sobre a mesma temática. Este é o capítulo mais significativo desta pesquisa, uma vez que nele começamos a investigar as infografias como fenômenos da comunicação, exploramos os elementos que tem poder sugestivo, indicativo e representativo nos infográficos e buscamos acompanhar processos interpretativos do signo presentes nas infografias analisadas.

Neste capítulo, chegamos a algumas conclusões em relação às análises comparativas. Elas estão descritas abaixo:

Em relação às infografias sobre Lionel Messi vs Cristiano Ronaldo, concluímos que a infografia do *Nexo* é esteticamente mais bem resolvida e que a comparação entre Cristiano Ronaldo e Messi é bem equilibrada e neutra. Percebe-se que os dados/números da competição entre os atletas foram melhor trabalhados, através de gráficos bem elaborados que se misturam ao design da página. Ao passo que, a produção do Uol Esportes é esteticamente mais pesada e poluída, a comparação entre os atletas não é tão bem resolvida, os números são apresentados de forma crua, deixando a visualização de dados de lado. Portanto, de modo geral o infográfico do *Nexo* é mais bem resolvido. Sendo a comparação entre os atletas representada de forma neutra, equilibrada, fluída, e a visualização da informação e dos dados é mais bem elaborada, compreensível e com maior potencial informativo.

Em relação às infografias sobre baleias no Brasil, concluímos que a representação gráfico-visual do *Nexo* busca ser didática e apenas apresentar as diferenças entre as espécies de baleias que aparecem na costa do Brasil. Ao passo que, a infografia da Revista *Época*

consegue aprofundar-se nesse fenômeno, explicando melhor o fenômeno do aparecimento das baleias na costa brasileira e ainda explicitando como ficamos sabendo com precisão da movimentação dos animais. Portanto, a primeira infografia (do *Nexo*) informa, mas não se aprofunda no fenômeno, enquanto que a segunda (da *Época*) nos apresenta um mar de informações, possuindo maior potencial informativo.

Em relação às infografias sobre Eleições presidenciais de 2018, concluímos que a infografia do *Nexo*, através de menos elementos, de cores bem selecionadas e chamativas e de uma visualização de dados objetiva, torna-se mais bem resolvida entre as duas opções analisadas, com maior potencial informativo. Isso porque, o infográfico da Gazeta deixa a desejar em relação a harmonia e continuidade dos elementos gráficos da página, tornando-se mais cômica e opinativa em alguns momentos e desinteressante em outros.

Em relação às infografias sobre os tipos de testes para detectar a infecção por coronavírus, concluímos que, quando comparadas, a produção do *Nexo* é muito mais profunda e bem trabalhada, abordando a informação de forma visual desde o princípio, explicando, mergulhando no procedimento, sendo ele molecular ou feito através da inserção de um reagente em uma gota de sangue, ou seja, possui maior potencial informativo. Enquanto isso, a produção do G1 deixa de explorar o potencial imagético da informação, sendo sintética e breve. Portanto, ambas seguem padrões visuais, como a escolha de cores que remete ao veículo e a neutralidade nas ilustrações parecidas, além de uma linha narrativa muito similar, mas o infográfico do *Nexo* consegue ser bem completo e complexo do que a produção do G1.

Conclui-se, ao fim deste trabalho, que a maior parte das infografias analisadas do *Nexo Jornal* possui um grande potencial de informativo, apresentando as informações de forma visual, clara, objetiva e aprofundada. Uma vez que a maioria dos infográficos do veículo aqui analisados, em linhas gerais, trabalham elementos textuais e imagéticos com o objetivo de melhorar a compreensão da mensagem jornalística.

Assim, dentre os infográficos analisados, três das infografias do *Nexo Jornal* têm maior potencial de informar, quando comparadas às infografias do Uol Esportes, da Gazeta do

Povo e do G1. Uma das infografias do *Nexo* não tem maior potencial de informar, quando comparadas à infografia da Revista Época. Ou seja, a maioria dos infográficos do *Nexo* analisados são potencialmente mais informativos.

Alguns motivos explicam esta confirmação: as infografias do *Nexo* buscam, seguindo a linha editorial do veículo, oferecer explicações precisas e interpretações equilibradas sobre os acontecimentos e apresentar as informações de forma visual.

Percebemos que as produções do *site* buscam apresentar as informações de forma simples, objetiva, compreensível e sintética sem ser superficial. Na maioria das infografias do *Nexo* analisadas o *design* da peça se apresenta como equilibrado, com um diagrama elaborado, segue um padrão estético harmônico e utiliza menos elementos, sendo objetivo.

Além disso, o veículo foca suas produções no formato voltado para “nativos digitais”, jovens, que se informariam majoritariamente através do *Nexo* e que são atraídos pela visualização da informação. Dessa forma, três das infografias trabalham os fatos, dados e informações de forma visual muito bem elaborada. Os infográficos apresentam cores vibrantes, muitas ilustrações (digitais hiper-realistas, de *lineart*, de manipulação de fotografias, e vetoriais). As visualizações de dados são feitas com gráficos de área, de área polar, de bolhas, mapas de distribuição de pontos, mapa de árvore.

Portanto, a partir do *corpus* de análise, notamos que as infografias com maior potencial de informar são as que apresentam explicações sobre os acontecimentos jornalísticos de forma visual, clara, objetiva e aprofundada. Em outras palavras, as infografias que trabalham elementos textuais e imagéticos com o objetivo de melhorar a compreensão da mensagem jornalística são as que podem produzir mais efeitos interpretativos de elucidação, explicação e compreensão em seus leitores.

As principais dificuldades encontradas ao longo desta pesquisa foram de caráter exploratório. Tivemos dificuldade para obter informações mais aprofundadas sobre o *Nexo*

*Jornal*, gostaríamos de conhecer melhor o público-alvo do jornal, alguns aspectos da redação e da equipe do veículo e também métricas a respeito das infografias produzidas no jornal.

Algumas melhorias que podem ser feitas nesta monografia dizem respeito à exploração dos efeitos interpretativos que podem surgir nos intérpretes (leitores, internautas) das infografias. Uma vez que neste aspecto a análise teve caráter altamente interpretativo e subjetivo, já que só foi levado em consideração o efeito interpretativo causado pelas infografias na própria autora da pesquisa.

Um ponto fraco dessa pesquisa foi não ter acessado a teoria semiótica diretamente de obras escritas por Peirce. Assim, ao longo dessa monografia recorreremos sempre às pesquisas desenvolvidas por Santaella e Nöth, que são importantes para divulgação da Semiótica como ciência no Brasil, mas não os *papers* escritos pelo próprio Peirce.

Algumas perguntas respondidas ao longo desta pesquisa foram em relação às definições e tipos de infografias; as particularidades sobre *Nexo*; a Semiótica como teoria e metodologia. Assim, explicamos nesta monografia quais são as características dos infográficos jornalísticos e digitais; buscamos apresentar e evidenciar as informações disponíveis sobre o veículo de comunicação digital *Nexo Jornal* e salientamos a possibilidade de utilização da Semiótica como teoria e metodologia para elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso.

Compreendemos que existem inúmeros futuros possíveis para o desenvolvimento da pesquisa proposta nesta monografia. Ao longo do último ano conhecemos, estudamos, nos aprofundamos na linguagem infográfica - que ao nosso ver, é fascinante - e na Semiótica, a ciência dos signos e dos processos significativos - que tanto tem para nos ensinar sobre os fenômenos e como reagimos a eles -. Para nós, a pesquisa realizada nesta monografia aponta mais do que os resultados e considerações propostos aqui, ela indica um caminho, uma trajetória na pesquisa acadêmica. Assim, pretendemos, em uma futura pós-graduação, continuar abordando a temática das infografias jornalísticas vistas sob o viés semiótico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Arthur Silva de. **O Ator Político no Jornalismo**: uma análise da presença de atores sociais no noticiário político dos websites Folha de S. paulo e Nexo Jornal. 2018. 192 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Univers, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018. Disponível em: <http://www.poscom.ufba.br/publicacoes/dissertacoes-2006-2020/>. Acesso em: 04 out. 2019.

BORRÁS, Leticia; CARITÁ, María Aurelia. Infototal, inforrelato e infopincel: nuevas categorías que caracterizan la infografía como estructura informativa. **Revista Latina de Comunicación Social**, Córdoba, n. 35, p. 1-14, nov. 2000.

CAIRO, Alberto. **El arte funcional**: infografía y visualización de información. Madrid: Almut, 2011.

CAIRO, Alberto. **Infografía 2.0**: visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Almut, 2008.

DONINI, Marcela. **Nexo Jornal reafirma a possibilidade do debate público**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/farol-jornalismo/nexo-jornal-reafirma-a-possibilidade-do-debate-p%C3%BAblico-80696b21a7e5>. Acesso em: 15 out. 2020.

FIDALGO, António; GRADIM, Anabela. **Manual da Semiótica**. Covilhã: Bocc - Ubi, 2003. 186 p.

GEORGE-PALILONIS, Jennifer. **A Practical Guide to Graphics Reporting**: information graphics for print, web & broadcast. Burlington: Elsevier/focal Press, 2006.

HOEWELL, Gabriel Rizzo. **A configuração da informação no contexto da convergência jornalística**: uma análise do Nexo. 2018. 184 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa

de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/178383/001066551.pdf?sequence=1>>.

Acesso em: 04 out. 2019.

KANNO, Mário. **Infografe**: como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. São Paulo: Infolide.Com, 2013. 151 p.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. **Show, don't tell**: a infografia como forma gráfico-visual específica: da produção do conceito à produção do sentido. 2011. 419 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3196>. Acesso em: 15 out. 2020.

MÓDOLO, Cristiane Machado. **Infográficos na mídia impressa**: um estudo semiótico na revista mundo estranho. 2008. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2008.

NEXO JORNAL: **Sobre o NEXO**. São Paulo, 04 out. 2019. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/about/Sobre-o-Nexo>>. Acesso em: 04 out. 2019.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica**: de platão a peirce. 4. ed. São Paulo: Editora Annablume, 1998. 150 p.

PABLOS, José Manuel de. **Infoperiodismo**: el periodista como creador de infografía.. Madrid: Editorial Síntesis, 1999.

SANCHO, José Luis Valero. **La infografía**: técnicas, análisis y usos periodísticos. Valencia: Universidade de Valência, 2001. 232 p.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983. 84 p. Coleção Primeiros passos.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thomson, 2005. 186 p.

SCHOOL OF COMMUNICATION AT THE UNIVERSITY OF MIAMI (Eua). **Alberto Cairo**: Profile. 2019. Disponível em: <<https://com.miami.edu/profile/alberto-cairo>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo**: conceitos, análises e perspectivas. Salvador: Edufba - Editora da Universidade Federal da Bahia, 2010. 120 p.

# ANEXOS

## LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Exemplo de infografia do *Nexo Jornal* com recursos visuais variados.
- Figura 2 – Snapshots, pequenas inserções de visualização de dados, do jornal americano *USA Today*.
- Figura 3 – Infográfico da Revista *Superinteressante* que ganhou medalha de prata na 25ª edição do Malofiej, em 2017.
- Figura 4 – Infográfico produzido por Alberto Cairo no período em que esteve à frente da diretoria de Infografia e Multimídia da Revista *Época*.
- Figura 5 – Página do *Nexo Jornal* onde são exibidas as premiações do veículo, entre elas, o Prêmio Malofiej.
- Figura 6 – Captura de infográfico jornalístico a respeito da movimentação de pessoas no tráfego aéreo no Brasil antes e durante a pandemia do coronavírus em 2020.
- Figura 7 – Captura de infográfico enciclopédico que explica o funcionamento de telas sensíveis ao toque.
- Figura 8 – Infográfico do *Nexo* sobre as Eleições presidenciais de 2018 que faz parte da cobertura de notícias premiada pelo Malofiej.
- Figura 9 – Captura de tela de matéria da seção Gráfico do *Nexo* sobre a cotação do dólar em relação ao real, produção guiada pela desvalorização histórica que a moeda brasileira alcançou em 2020.
- Figura 10 – Esboço de gráfico que compõe matéria/infografia sobre adoção no Brasil.
- Figura 11 – Infográfico digital sobre os movimentos da atleta Simone Biles.
- Figura 12 – Infografia digital em formato *GIF* do *Nexo Jornal*.
- Figura 13 – Três tipos de interação.
- Figura 14 – Exemplo de infografia que utiliza o recurso da interatividade.
- Figura 15 – Página inicial do veículo em 10 de junho de 2020.
- Figura 16 – Jornal digital ganha medalha de bronze na categoria “*Planned Coverage*” do Malofiej.
- Figura 17 – Sistema de *paywall* do site.

Figura 18 – Perfil do *Nexo* no Instagram em 10 de junho de 2020.

Figura 19 – Captura de tela das seções do *Nexo Jornal*.

Figura 20 – Página inicial da seção “Gráfico” em 10 de junho de 2020.

Figura 21 – Matéria da seção Gráfico com destaque nos elementos do cabeçalho.

Figura 22 – Redação do *Nexo Jornal*.

Figura 23 – Charles Sanders Peirce.

Figura 24 – Tríade do Signo Peirceano.

Figura 25 – Página da seção “Gráfico” do *Nexo Jornal*.

Figura 26 – Matéria apresenta erro, infográfico não carrega.

Figura 27 – Classificação de Teixeira (2010), que divide infográficos entre enciclopédicos e jornalísticos.

Figura 28 – Messi ou Cristiano Ronaldo?

Figura 29 – Quais são as espécies de baleias que visitam o Brasil para se reproduzir.

Figura 30 – Como o Brasil votou para presidente, em mapas.

Figura 31 – Quais são os testes para detectar o coronavírus e como funcionam.

Figura 32 – Confira as estatísticas de Cristiano Ronaldo e Messi pela Copa do Rei.

Figura 33 – No rastro dos gigantes.

Figura 34 – Mapa eleitoral de presidente por estados no 1º turno.

Figura 35 – Testes rápidos do coronavírus em farmácia: tire dúvidas sobre a venda, qual uso indicado e o que se sabe sobre a eficácia.

Figura 36 – Detalhe das ilustrações de Messi e Cristiano Ronaldo.

Figura 37 – Fotografias mostram os rivais: Messi e Ronaldo.

Figura 38 – Detalhe da ilustração não realista de um dos tipos de baleia que circulam no Brasil.

Figura 39 – Detalhe da ilustração realista presente no topo da infografia.

Figura 40 – Detalhe de trecho do infográfico sobre as Eleições 2018.

Figura 41 – Detalhe das caricaturas do infográfico da *Gazeta do Povo*.

Figura 42 – Detalhe de como é detectado o coronavírus no teste RT-PCR.

Figura 43 – Detalhe do uso da cor vermelha nas ilustrações da infografia.

## LISTA DE TABELAS

- Quadro 1 – Catálogos de Teses e Dissertações: Infografia.
- Quadro 2 – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações.
- Quadro 3 – Google Acadêmico.
- Quadro 4 – Catálogos de Teses e Dissertações.
- Quadro 5 – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações.
- Quadro 6 – Compós.
- Quadro 7 – Google Acadêmico.
- Quadro 8 – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações.
- Quadro 9 – Google Acadêmico.
- Quadro 10 – Google Acadêmico: Infografia + *nexo jornal* + Semiótica.
- Quadro 11 - Explicação sobre os conceitos da Semiótica de Peirce.
- Quadro 12 – Seção Gráfico por temática e número de infografias.
- Quadro 13 – Seleção de infográficos do Nexa Jornal e equivalências de outros veículos brasileiros.

**ENTREVISTAS COM INTEGRANTES DO NEXO JORNAL**

# Formulário sobre a equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal:

Olá! Sou Ana Luiza Braga de Souza, estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Sob a orientação do jornalista e Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas, estou desenvolvendo como Trabalho de Conclusão de Curso uma análise das infografias do Nexo Jornal.

Por isso, elaborei essa entrevista em, formato de formulário, sobre a rotina da equipe de infografia/gráficos do Nexo. O formulário tem como objetivo sanar dúvidas em relação às infografias do jornal. Busco, exclusivamente para fins acadêmicos, entender a rotina produtiva da equipe, conhecer quais são as ferramentas utilizadas e quais infografias/gráficos são as produções prediletas de cada um.

As respostas desse formulário irão contribuir diretamente para o aprimoramento da pesquisa sobre as infografias do Nexo que compõe a minha monografia. Caso queira me ajudar, é só responder as perguntas abaixo. Obrigada!

## Identificação

Suas informações pessoais (não se preocupe, utilizarei estas informações apenas para fins acadêmicos).

Nome e Idade: \*

Gabriel Zanlorenssi, 25

Cidade e Estado:

São Paulo

Tem formação em: \*

Ciências Sociais

Caso queira, deixe aqui seu e-mail para contato posterior:

gabrielzanlorenssi@gmail.com

## Equipe

Sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo.

Qual sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal: \*

- Designer de informação
- Infografista
- Cientista/Analista de dados
- Jornalista
- Outro: .....

Quantos profissionais estão na equipe junto com você? \*

3

Se possível, descreva sua função em poucas frases.

Coletar e analisar dados, pensar visualizações, escrever e revisar texto

## Rotina Produtiva

Sobre sua rotina como parte da equipe do Nexo.

Como é sua rotina produtiva diária? Se possível, descreva em poucas frases.

Depende muito. Combina pesquisa e tratamento de dados, normalmente, com revisão dos gráficos antes de serem publicados.

Marque as atividades que fazem parte da sua rotina na redação (ou home office) do Nexo Jornal: \*

- Reunião de pauta
- Coleta e análise de informações e dados para elaboração de infografia/gráfico
- Processamento de informações e dados
- Elaboração do rascunho da infografia/gráfico
- Elaboração do Design da infografia
- Postagem da matéria na seção Gráfico
- Correção ou atualização da matéria/infografia/gráfico
- Outro: .....

Em média, quanto tempo uma matéria com infografia ou gráfico da seção Gráfico leva para ficar pronta? \*

2 dias (1 dia para cada lado da equipe)

## Referências

Sobre suas referências na área.

Como profissional da área da infografia/jornalismo guiado por dados/visualização de dados, quais outros veículos de comunicação são referência para você nesta área? \*

NY Times, Washington Post, Pudding, National Geographic, South China Morning Post, FiveThirtyEight, Folha, Estadão

### Ferramentas

A respeito das ferramentas que você utiliza no seu dia a dia.

Quais ferramentas/softwarees a equipe utiliza para produção das infografias/gráficos? Exemplo: Adobe Illustrator para ilustrações; Flourish para visualização de dados, etc. \*

R e Adobe Illustrator

### Produções favoritas

Sobre suas predileções

Você tem uma matéria da seção Gráfico predileta, se sim, qual é?

Difícil escolher uma

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

# Formulário sobre a equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal:

Olá! Sou Ana Luiza Braga de Souza, estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Sob a orientação do jornalista e Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas, estou desenvolvendo como Trabalho de Conclusão de Curso uma análise das infografias do Nexo Jornal.

Por isso, elaborei essa entrevista em, formato de formulário, sobre a rotina da equipe de infografia/gráficos do Nexo. O formulário tem como objetivo sanar dúvidas em relação às infografias do jornal. Busco, exclusivamente para fins acadêmicos, entender a rotina produtiva da equipe, conhecer quais são as ferramentas utilizadas e quais infografias/gráficos são as produções prediletas de cada um.

As respostas desse formulário irão contribuir diretamente para o aprimoramento da pesquisa sobre as infografias do Nexo que compõe a minha monografia. Caso queira me ajudar, é só responder as perguntas abaixo. Obrigada!

## Identificação

Suas informações pessoais (não se preocupe, utilizarei estas informações apenas para fins acadêmicos).

Nome e Idade: \*

Lucas, 26 anos

Cidade e Estado:

São Paulo. Mas sou de Nilópolis, RJ

Tem formação em: \*

Comunicação Visual Design

Caso queira, deixe aqui seu e-mail para contato posterior:

.....

## Equipe

Sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo.

Qual sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal: \*

Designer de informação

Infografista

Cientista/Analista de dados

Jornalista

Outro: .....

Quantos profissionais estão na equipe junto com você? \*

4 .....

Se possível, descreva sua função em poucas frases.

Sou responsável pela visualidade dos dados do Nexo Jornal, propor pautas e distribuir as demandas relacionadas ao design de informação do veículo.

.....

## Rotina Produtiva

Sobre sua rotina como parte da equipe do Nexo.

Como é sua rotina produtiva diária? Se possível, descreva em poucas frases.

Discutir a pauta, solicitar os dados, afinar a produção, produzir o gráfico e receber os retornos da edição

Marque as atividades que fazem parte da sua rotina na redação (ou home office) do Nexo Jornal: \*

- Reunião de pauta
- Coleta e análise de informações e dados para elaboração de infografia/gráfico
- Processamento de informações e dados
- Elaboração do rascunho da infografia/gráfico
- Elaboração do Design da infografia
- Postagem da matéria na seção Gráfico
- Correção ou atualização da matéria/infografia/gráfico
- Outro: .....

Em média, quanto tempo uma matéria com infografia ou gráfico da seção Gráfico leva para ficar pronta? \*

Um dia ou dois

## Referências

Sobre suas referências na área.

Como profissional da área da infografia/jornalismo guiado por dados/visualização de dados, quais outros veículos de comunicação são referência para você nesta área? \*

Financial Times, The Pudding, The New York Times

## Ferramentas

A respeito das ferramentas que você utiliza no seu dia a dia.

Quais ferramentas/softwarees a equipe utiliza para produção das infografias/gráficos? Exemplo: Adobe Illustrator para ilustrações; Flourish para visualização de dados, etc. \*

Adobe Illustrator e Flourish para gráficos

## Produções favoritas

Sobre suas predileções

Você tem uma matéria da seção Gráfico predileta, se sim, qual é?

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2020/02/21/As-palavras-mais-comuns-nos-sambas-enredos-do-carnaval-do-Rio>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

# Formulário sobre a equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal:

Olá! Sou Ana Luiza Braga de Souza, estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Sob a orientação do jornalista e Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas, estou desenvolvendo como Trabalho de Conclusão de Curso uma análise das infografias do Nexo Jornal.

Por isso, elaborei essa entrevista em formato de formulário, sobre a rotina da equipe de infografia/gráficos do Nexo. O formulário tem como objetivo sanar dúvidas em relação às infografias do jornal. Busco, exclusivamente para fins acadêmicos, entender a rotina produtiva da equipe, conhecer quais são as ferramentas utilizadas e quais infografias/gráficos são as produções prediletas de cada um.

As respostas desse formulário irão contribuir diretamente para o aprimoramento da pesquisa sobre as infografias do Nexo que compõe a minha monografia. Caso queira me ajudar, é só responder as perguntas abaixo. Obrigada!

## Identificação

Suas informações pessoais (não se preocupe, utilizarei estas informações apenas para fins acadêmicos).

Nome e Idade: \*

Caroline Souza, 26 anos

Cidade e Estado:

São Paulo - SP

Tem formação em: \*

estou no último ano de bacharelado em geografia

Caso queira, deixe aqui seu e-mail para contato posterior:

caroline.souza@nexojornal.com.br

## Equipe

Sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo.

Qual sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal: \*

- Designer de informação
- Infografista
- Cientista/Analista de dados
- Jornalista
- Outro: .....

Quantos profissionais estão na equipe junto com você? \*

4

Se possível, descreva sua função em poucas frases.

Bem, eu faço desde a parte de procurar pauta, trazer alguns dados e depois transforma-los numa coisa mais palatável ao público. Fora isso também faço a adaptação de gráficos já prontos para nossa linguagem visual. Também ilustro algumas peças para os gráficos

## Rotina Produtiva

Sobre sua rotina como parte da equipe do Nexo.

Como é sua rotina produtiva diária? Se possível, descreva em poucas frases.

Dentro desse contexto de pandemia, estamos publicando diariamente o boletim coronavírus que conta com gráficos dentro da newsletter. A primeira tarefa que eu faço é editoração desses gráficos, depois faço as outras tarefas do dia, como gráficos da semana ( da nossa seção, gráficos que a redação pede e outros projetos). O dia finaliza quando o ministério da saúde divulga os dados do brasil, porque termino os gráficos da newsletter.

Marque as atividades que fazem parte da sua rotina na redação (ou home office) do Nexo Jornal: \*

- Reunião de pauta
- Coleta e análise de informações e dados para elaboração de infografia/gráfico
- Processamento de informações e dados
- Elaboração do rascunho da infografia/gráfico
- Elaboração do Design da infografia
- Postagem da matéria na seção Gráfico
- Correção ou atualização da matéria/infografia/gráfico
- Outro: .....

Em média, quanto tempo uma matéria com infografia ou gráfico da seção Gráfico leva para ficar pronta? \*

Essa pergunta é relativa. Bem, considerando que ja temos os dados para serem utilizados, leva em média 2 dias, um para o pessoal de dados, analisar o material e criarmos uma historia com ele e outro para a parte do design.

Referências

Sobre suas referências na área.

Como profissional da área da infografia/jornalismo guiado por dados/visualização de dados, quais outros veículos de comunicação são referência para você nesta área? \*

Eu gosto de vários e o meu hobbie atualmente é sair do eixo americano, procurando outros veículos que fazem um trabalho parecido com o nosso. Eu encontrei alguns que eu gosto: Postdata (cubano), El mércurio (chileno), South Morning China Post (chines), La Nacion data (argentino) e alguns mais tradicionais como the pudding, thirtyfiveeight, the washigton post

## Ferramentas

A respeito das ferramentas que você utiliza no seu dia a dia.

Quais ferramentas/softwarees a equipe utiliza para produção das infografias/gráficos? Exemplo: Adobe Illustrator para ilustrações; Flourish para visualização de dados, etc. \*

Trabalhamos com o pacote adobe illustrator para uma confecção do gráfico, photoshop para correção de imagem, flourish e raw graphics para criar algumas visualizações de dados. Qgis e google earth para mapas

## Produções favoritas

Sobre suas predileções

Você tem uma matéria da seção Gráfico predileta, se sim, qual é?

Atualmente, eu gosto muito da matéria sobre covid com os indigenas e a matéria sobre o acesso a internet por jovens brasileiros

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

# Formulário sobre a equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal:

Olá! Sou Ana Luiza Braga de Souza, estudante de Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Sob a orientação do jornalista e Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas, estou desenvolvendo como Trabalho de Conclusão de Curso uma análise das infografias do Nexo Jornal.

Por isso, elaborei essa entrevista em, formato de formulário, sobre a rotina da equipe de infografia/gráficos do Nexo. O formulário tem como objetivo sanar dúvidas em relação às infografias do jornal. Busco, exclusivamente para fins acadêmicos, entender a rotina produtiva da equipe, conhecer quais são as ferramentas utilizadas e quais infografias/gráficos são as produções prediletas de cada um.

As respostas desse formulário irão contribuir diretamente para o aprimoramento da pesquisa sobre as infografias do Nexo que compõe a minha monografia. Caso queira me ajudar, é só responder as perguntas abaixo. Obrigada!

## Identificação

Suas informações pessoais (não se preocupe, utilizarei estas informações apenas para fins acadêmicos).

Nome e Idade: \*

GABRIEL ALEIXO MAIA 25

Cidade e Estado:

São Paulo

Tem formação em: \*

Graduando em Oceanografia

Caso queira, deixe aqui seu e-mail para contato posterior:

gabmaia23@gmail.com

## Equipe

Sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo.

Qual sua função na equipe de Infografia/Gráficos do Nexo Jornal: \*

- Designer de informação
- Infografista
- Cientista/Analista de dados
- Jornalista
- Outro: .....

Quantos profissionais estão na equipe junto com você? \*

3

Se possível, descreva sua função em poucas frases.

Elaboração de pautas, pesquisa, coleta e tratamento de dados e criação de visualizações para matérias de Gráficos publicadas no jornal, além de produção de outros conteúdos em texto. Os assuntos abordados abrangem uma grande variedade de temas, incluindo ciência, economia, política, questões sociais, cultura, etc.

## Rotina Produtiva

Sobre sua rotina como parte da equipe do Nexo.

Como é sua rotina produtiva diária? Se possível, descreva em poucas frases.

.....

Marque as atividades que fazem parte da sua rotina na redação (ou home office) do Nexo Jornal: \*

- Reunião de pauta
- Coleta e análise de informações e dados para elaboração de infografia/gráfico
- Processamento de informações e dados
- Elaboração do rascunho da infografia/gráfico
- Elaboração do Design da infografia
- Postagem da matéria na seção Gráfico
- Correção ou atualização da matéria/infografia/gráfico
- Outro: .....

Em média, quanto tempo uma matéria com infografia ou gráfico da seção Gráfico leva para ficar pronta? \*

Depende. Geralmente estamos trabalhando em mais de 1 material em paralelo, então é difícil cravar um valor, mas no mínimo cerca de 1 dia, podendo chegar a mais de 1 semana para matérias mais elaboradas

.....

## Referências

Sobre suas referências na área.

Como profissional da área da infografia/jornalismo guiado por dados/visualização de dados, quais outros veículos de comunicação são referência para você nesta área? \*

Folha, NYT, WaPo, The Economist, South China Morning Post, FiveThirtyEight, The Pudding, Reuters Graphics, National Geographic, entre outros que não vou lembrar agora

## Ferramentas

A respeito das ferramentas que você utiliza no seu dia a dia.

Quais ferramentas/softwarees a equipe utiliza para produção das infografias/gráficos? Exemplo: Adobe Illustrator para ilustrações; Flourish para visualização de dados, etc. \*

R, Rstudio (ênfase nos pacotes do tidyverse), LibreOffice Calc, Google Sheets, G. Docs, GitHub. (estes são oq eu uso. Os gráficos são finalizados na suite Adobe pelos membros de design da equipe)

## Produções favoritas

Sobre suas predileções

Você tem uma matéria da seção Gráfico predileta, se sim, qual é?

Algumas das minhas favoritas:

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2018/07/11/As-erup%C3%A7%C3%B5es-vulc%C3%A2nicas-dos-%C3%BAltimos-4.000-anos-em-um-mapa-animado>

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2018/03/27/Hidrel%C3%A9tricas-carv%C3%A3o-petr%C3%B3leo-como-cada-pa%C3%ADs-gera-sua-energia>

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2020/04/30/A-evolu%C3%A7%C3%A3o-dos-casos-de-covid-19-nos-munic%C3%ADpios-brasileiros>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

