



## O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro – estudo da revista *Superinteressante*<sup>1</sup>

Mayara Rinaldi<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

**Resumo:** Este estudo tem como proposta avaliar de que forma a infografia tem sido utilizada na revista *Superinteressante* no período de 1994 a 2004. Pretende-se entender como o recurso foi empregado no auxílio da compreensão das matérias desta publicação que cobre Ciência, Tecnologia e Inovação, sendo que a revista figura entre as mais vendidas do país, pode ser considerada pioneira no investimento em infográficos e se destaca mundialmente, tendo recebido vários prêmios internacionais. A análise da publicação, um estudo de caso, apontou para um emprego inconstante do recurso, associado à vontade do diretor de redação de fazê-lo, e uma utilização muitas vezes de caráter não jornalístico.

**Palavras-chave:** infografia; jornalismo; jornalismo científico; imagem

### Introdução

A prática de infografia, muitas vezes associada à informática, é, ao contrário, anterior aos computadores. Valero Sancho (2001) explica que “desde que se realizam dibujos informativos ha habido infografias y éstas aparecieron en los periódicos desde hace 200 años” (p.25). Entretanto, por muito tempo ela permaneceu como um recurso secundário, pouco utilizado pelos veículos de comunicação. No Brasil, a infografia se popularizou na década de 1990 - “A partir de 1996, a palavra deixou a esfera dos iniciados e estabeleceu-se definitivamente no cenário do jornalismo brasileiro” (MORAES, 1998: 71). Entre as publicações do país que utilizam o recurso, a revista *Superinteressante*, do Grupo Abril, pode ser considerada como uma publicação de destaque na área de infografia, tendo em vista que entre 1994 e 2004 quatro matérias foram vencedoras do Prêmio Malofiej de Infografia<sup>3</sup> e em 2002 foi eleita pela Universidade de Navarra a revista que melhor produz infográficos no mundo devido ao conjunto de infografias do ano anterior.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Bolsista do PIBIC/CNPq e membro do Núcleo de Pesquisas em Linguagens do Jornalismo Científico (NUPEJOC)

<sup>3</sup> Prêmio concedido pela Society of News Design (SND)



Em maio de 1994, dois jornalistas da revista fizeram um curso sobre infografia oferecido pela Editora Abril com profissionais de fora do país. No mês seguinte, o jornalista e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), Eugênio Bucci, atual presidente da Radiobrás, assumiu o cargo de diretor de redação da *Super* (permanecendo até 1998) e a partir de então o uso de infográficos começou a crescer. Em entrevista concedida à autora, Bucci afirmou que utilizar infografia era quase uma obrigação. “Eu forçava o uso da infografia, porque se eu não fizesse isso, não construiria na redação um ambiente que lidasse naturalmente com este recurso e este foi um diferencial da *Superinteressante*”<sup>4</sup>.

Levando em consideração tal histórico, este artigo pretende avaliar, a partir de um estudo de caso, de que forma tem sido utilizada a infografia na *Superinteressante* no período de 1994 a 2004 e verificar como este recurso pode auxiliar na compreensão de assuntos relacionados à Ciência, Tecnologia e Inovação, temática do periódico. Apesar de estereótipos relacionados ao método, ele foi adotado devido às perguntas da investigação, “como” e “por que” se utiliza infográficos na revista. A generalização de resultados a partir de estudos de caso, ao contrário do que usualmente é dito, é possível porque “os estudos de caso (da mesma forma que os experimentos) baseiam-se em *generalizações analíticas*. Na generalização analítica, o pesquisador está tentando generalizar um conjunto particular de resultados a alguma teoria mais abrangente” (YIN, 2005: 58).

A pesquisa foi realizada analisando-se os exemplares da *Superinteressante* com base em um questionário com cinco classificações: tipo, conteúdo, texto, recursos e complexidade. No primeiro, o infográfico pode ser classificado como *complementar* a alguma reportagem da revista ou *autônomo*, independente de qualquer matéria. Com relação a conteúdo, dizemos que o infográfico é *jornalístico* quando se atem a uma singularidade da matéria, ou *enciclopédico*, se um assunto é tratado a partir de seu caráter universalizante<sup>5</sup>. O texto que compõe cada infográfico pode ser classificado como *predominante*, *equilibrado*, *secundário* ou *ausente*. Nos recursos encontramos ilustrações, fotografias, imagens 3D, gráficos, mapas, tabelas e linhas do tempo. Por fim, a classificação de complexidade divide-se em infográficos *individuais* e *compostos*.

O estudo está baseado no conceito de Valero Sancho (2001), que define infografia como “una aportación informativa, realizada con elementos icónicos y tipográficos, 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” (p. 21).

Na análise da publicação, percebe-se que até o ano 2000 os infográficos eram utilizados em grande número e, em geral, nas matérias principais. Por mais de uma vez durante este período o assunto foi tratado na “Carta ao Leitor”, redigida pelo diretor de redação, como em abril de 1997, quando a revista passou por uma reforma gráfica. “O objetivo das mudanças gráficas (...) é aprimorar a linguagem que já se tornou marca

<sup>4</sup> Ver RINALDI, M. N. **Um laboratório para a infografia**. Pauta Geral. Florianópolis: Calandra, n. 8, 2006. p. 14

<sup>5</sup> O estudo baseia-se nos conceitos de singular, particular e universal da teoria de Adelmo Genro Filho. Ver GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.



registrada da Super: texto e imagens combinadas para deixar tudo mais fácil de entender e mais vibrante”<sup>6</sup>. Também nesta edição, o próprio índice da revista tornou-se um infográfico a partir da foto de capa. A partir de agosto de 2000, a infografia deixou de ser utilizada com a mesma frequência.

### **Evolução numérica da utilização de infográficos na revista**

Reportagens de jornalismo científico costumam tratar de assuntos herméticos, de difícil entendimento para o público em geral. Desta forma, usar infográficos para explicar questões que poderiam não ficar claras apenas com uma descrição textual é um bom recurso, como afirma Teixeira (2004),

O uso da infografia é legítimo em todo texto que pretenda fornecer algum tipo de explicação acerca de um fenômeno ou acontecimento, mas quase obrigatório quando se trata de cobertura jornalística de temas ligados à Ciência e Tecnologia, sobretudo para públicos leigos. (p. 168)

Eugênio Bucci, em entrevista concedida à autora, explicou de que forma a infografia pode auxiliar na construção de uma matéria:

*O infográfico não rouba conteúdo de palavras, o que você precisa descrever em palavras só pode usar as palavras, e o que você pode fazer por infográfico é bom fazer para não transformar o texto numa trilha modorrenta e sonífera para o leitor. Se você ficar tentando descrever detalhes de um esquema espacial por meio de um texto de revista vai construir uma espécie de trilha de obstáculos para o leitor, ele não vai suportar passar por aquilo lá. Ao passo que se você usa a linguagem visual para aquele trecho, reforça a importância do texto que vem ao lado.*<sup>7</sup>

Na revista *Superinteressante*, uma publicação de divulgação científica, o emprego de infografia foi maior durante a década de 1990. Entre 1995 e 2000, 11 edições de cada ano tiveram reportagens de capa utilizando infográficos. Em 2001, este número caiu para sete, em 2002 apenas duas matérias de capa possuíam infográficos, no ano seguinte foram seis e em 2004 de nove exemplares analisados<sup>8</sup> quatro capas possuíam infográficos. Até 2000, a média anual de matérias com mais de um infográfico era superior a 43, a partir de 2001, esta média passou a ser de quatro matérias por ano com mais de um infográfico.

A avaliação dos números mostra que, de 1994 a 2000 (chamaremos o período de primeira etapa da evolução), havia uma utilização exacerbada de infografia, fato que deve alertar para que não se deixe que o recurso seja utilizado de forma gratuita.

El acontecimiento singular y original es el solar sobre el que se construye el edificio infografico. Como no todo es un acontecimiento, no todo se puede infografiar, lo mismo que no todo se puede fotografiar: aunque técnicamente se pueda hacer, el resultado puede ser basura informativa. (DE PABLOS, 1998: 70)

<sup>6</sup> Ver “Carta ao Leitor”. In: **Superinteressante**, ano 11 nº 4, abril de 1997, p. 10.

<sup>7</sup> Ver RINALDI, M. N. **Um laboratório para a infografia**. Pauta Geral. Florianópolis: Calandra, n. 8, 2006. p. 15-16

<sup>8</sup> No ano de 2004 analisaram-se apenas nove exemplares porque as revistas dos meses de agosto, setembro e dezembro não estavam disponíveis no acervo da Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)



Na edição de fevereiro de 1998<sup>9</sup>, por exemplo, encontramos um infográfico de quatro páginas explicando procedimentos relacionados a exames clínicos como colocar a língua para fora e dizer trinta e três. Neste caso há uma matéria de caráter universal, que ocupa um espaço bastante grande para uma revista, ignorando-se a essência da prática jornalística que cristaliza o conhecimento no singular.

Em outro extremo, a partir do final de 2000 (segunda etapa) houve uma queda brusca no emprego dos infográficos, passando de 41 infografias utilizadas em julho/2000 (média de janeiro a julho deste ano: 31 infográficos por mês), para nove na edição de agosto e nos meses seguintes até 2004 o número não ultrapassou a marca de 16 por mês (novembro/2000). Este fator também pode, em alguns casos, significar uma perda em termos de qualidade de informação para o leitor, na medida em que assuntos que poderiam ser mais bem explicados por infografias foram apresentados somente em forma de texto, o que pode comprometer o entendimento, sobretudo quando a matéria aborda temas mais complexos.

Pode-se observar que este fenômeno – alta utilização de infografia em um período e baixa em outro – ocorre porque construir infográficos ou não para complementar uma matéria ou auxiliar no entendimento desta é uma iniciativa de ordem pessoal do diretor da redação. Enquanto os jornalistas Eugênio Bucci e André Singer estavam no comando do cargo – o primeiro de junho de 1994 a setembro de 1998 e o segundo de outubro de 1998 a julho de 2000 – a quantidade anual de infográficos girava em torno de 200 a 300. Com a chegada do diretor Adriano Silva, em agosto de 2000, o número diminuiu para menos de 100.

Durante a primeira etapa, além da grande utilização de infografia nas matérias principais como mostram os números relativos às matérias de capa, percebe-se também a presença de *megainfografias*.

Llamamos *megainfografias*, como su nombre indica, a infos de gran tamaño, como mínimo cercano a una plana, que se van a hacer con motivo de grandes acontecimientos, por lo general conocidos de antemano, con tiempo suficiente para proyectar aquéllas y hacerlas con auxilio de alguna buena fuente de documentación. (DE PABLOS, 1999: 148)

É comum encontramos infografias de páginas duplas na revista *Superinteressante*, inclusive na segunda etapa de evolução. Entretanto, é preciso destacar que entre 1995 e 2001 há 31 infográficos autônomos com quatro ou mais páginas, 28 destes entre 1995 e 2000. Em abril de 1997, a reportagem de capa da revista, intitulada “Vamos morar no céu”, a respeito do “sonho de morar no espaço”, se constituía num megainfográfico ocupando da página 52 a 61, com textos de um ou dois parágrafos, várias imagens, uma linha do tempo, além de algumas tabelas.

---

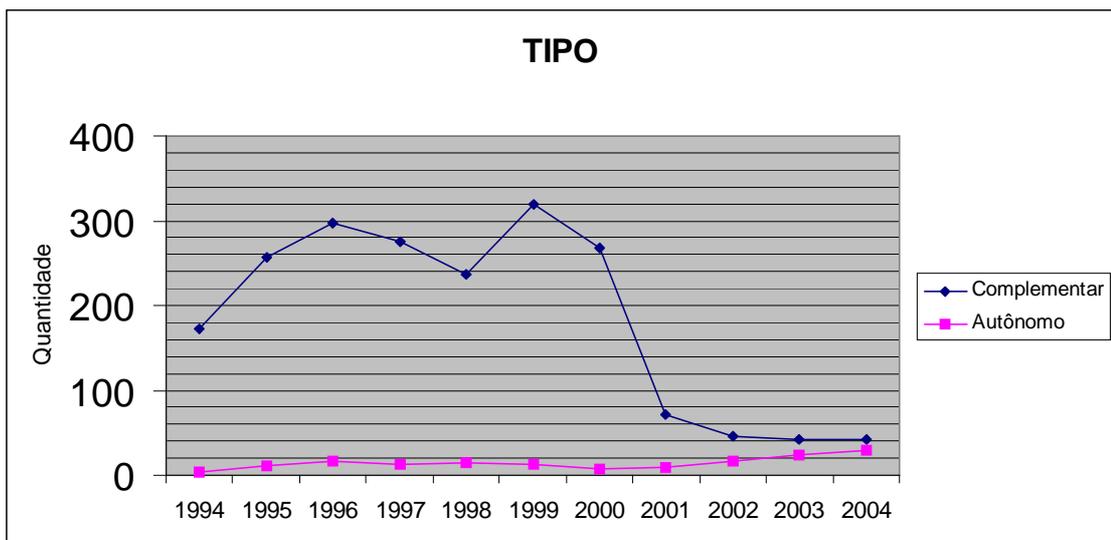
<sup>9</sup> Ver *Superinteressante*, ano 12 nº 2, fevereiro de 1998, pp. 47-51.



Figura 1 – Superinteressante  
– abril/1997 - capa

### Infografia em relação às matérias – contextualização

Analisando-se a classificação dos tipos de infográficos percebe-se que na primeira etapa, quando a quantidade de infográficos é bastante alta, encontra-se muito mais infografias *complementares* às matérias. O número de infográficos ditos *autônomos* cresce ao longo dos dez anos, mas permanece sempre inferior ao *complementar*.



A avaliação do gráfico indica que na construção de infográficos há prioridade em contextualizar as reportagens da revista. A maior utilização de infografias de caráter enciclopédico é outro indício deste fato, como também afirma Teixeira (2004)



Na revista *Superinteressante*, observa-se que há um investimento significativo – tanto material quanto humano – na produção de infográficos que, na maioria das vezes, não têm qualquer valor jornalístico – e isto não é propriamente uma crítica, mas apenas uma perspectiva conceitual. (p. 173)

### **Valorização da imagem e mudança do infográfico simples para o complexo**

A imagem tem grande importância na comunicação e o homem moderno entende melhor o que lhe é contado através de infografia, afirma Valero Sancho (2001: 15). Contudo, infográficos não são formados apenas por ilustrações, desenhos ou fotografias, mas também por elementos tipográficos, como títulos, textos de abertura e explicações descritas em palavras que se somam ao que está dito pela linguagem visual.

Na avaliação do texto das infografias da revista *Superinteressante*, entende-se por *predominante* o texto que se sobrepõe à imagem, que está mais destacado em relação a ela. A infografia considerada *equilibrada* tem texto e imagem com mesmo peso, mesma visibilidade. *Secundária* é a classificação que se dá ao infográfico cuja imagem se destaca. Considera-se que o texto está *ausente* quando a infografia possui título, texto de abertura, porém não contém explicações relacionadas às ilustrações e/ou outros recursos do infográfico.

Observa-se ao longo dos dez anos pesquisados que na construção das infografias da revista a imagem é valorizada em relação ao texto. A porcentagem de infográficos com texto *predominante* esteve em todos os anos abaixo de 20, enquanto os *secundários*, que privilegiam a imagem, cresceram de 28% em 1994 para 60% em 2004. Os infográficos *equilibrados* mantiveram-se na faixa de 30 e 40%, com alta no ano de 1999 quando chegaram a 48% e queda em 2002 e 2003, 24 e 18% respectivamente. E, apesar da valorização da imagem, o texto não foi esquecido, houve constante queda da porcentagem de infográficos classificados como *ausentes*, de 33% em 1994 para 3% em 2004.

Com relação à complexidade, classificou-se as infografias durante a pesquisa como *individuais* quando eram formadas por apenas um infográfico, enquanto *compostas* diz-se daquelas que agregam mais de uma informação apresentada em forma de infográfico. Para exemplificar observemos:

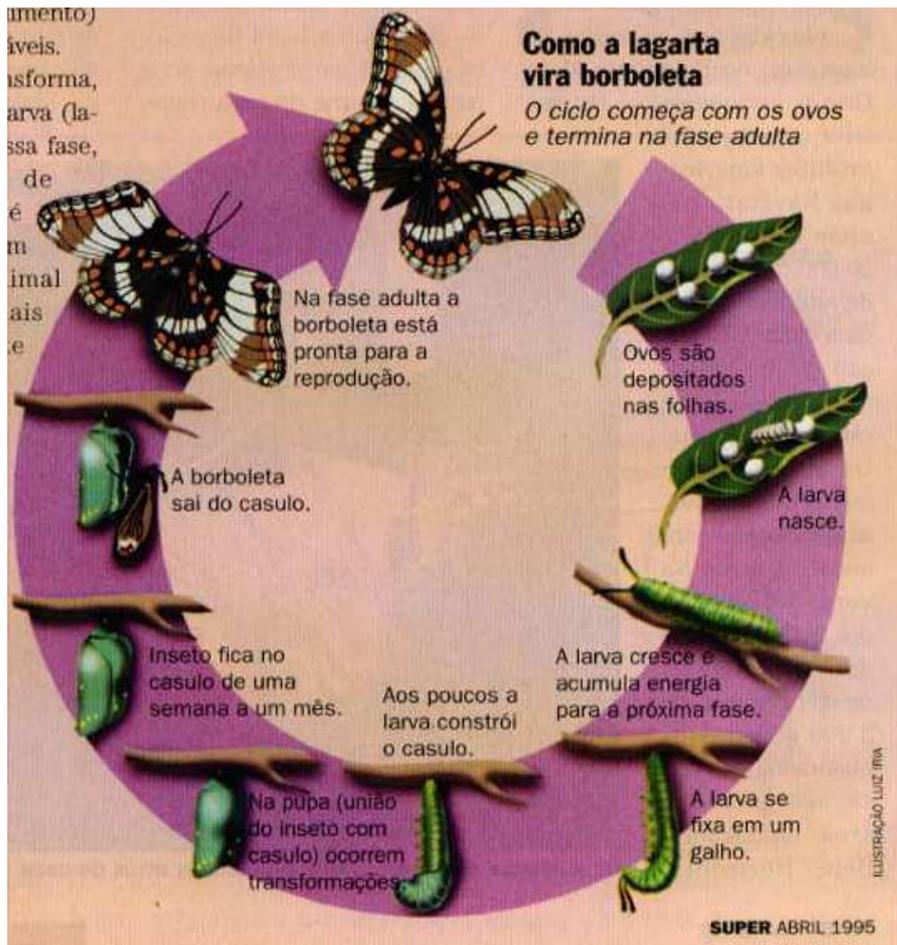


Figura 2 – **Superinteressante**  
– abril/1995 – p. 16

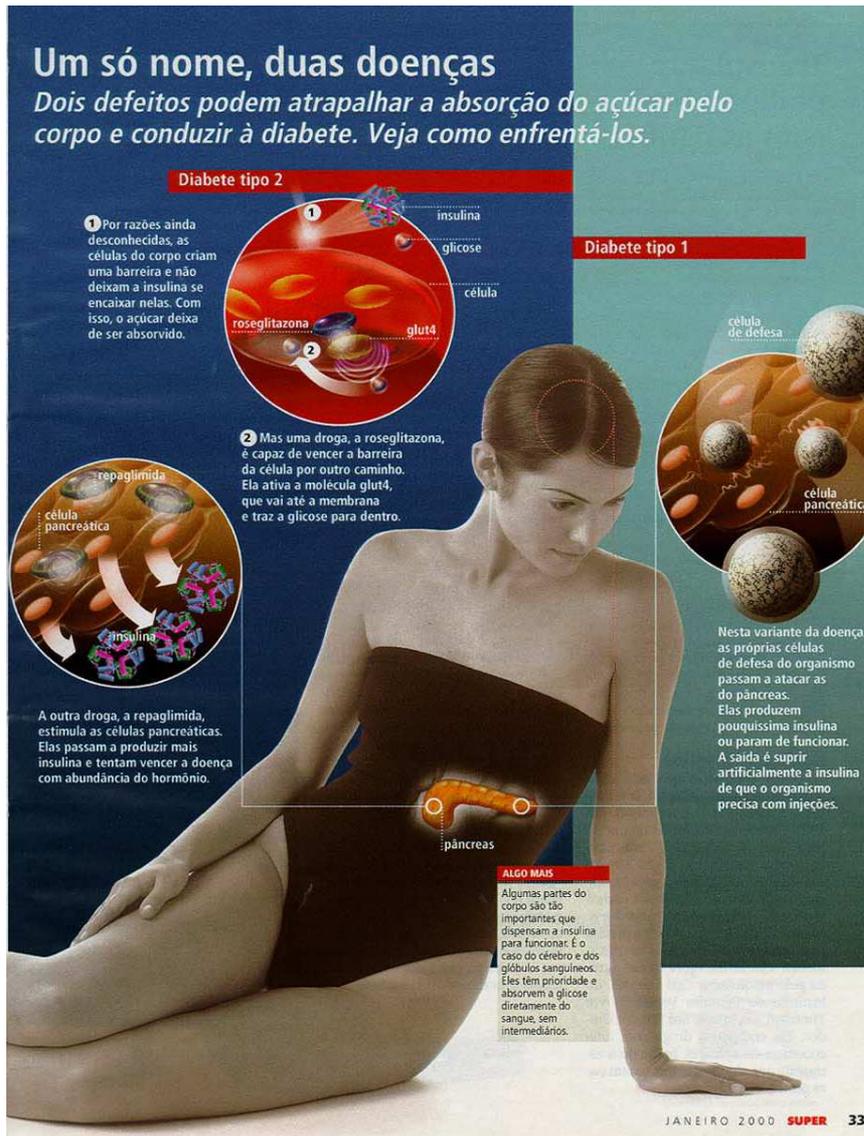


Figura 3 – **Superinteressante**  
– janeiro/2000 – p. 33

Na infografia “Como a lagarta vira borboleta” temos um processo com várias etapas sendo explicado, entretanto o infográfico é único, não podemos separar algumas das imagens porque ele ficaria incompleto. Já na infografia “Um só nome, duas doenças” há duas informações que poderiam ser separadas, uma explicação sobre o diabetes tipo 1 e outra sobre o diabetes tipo 2. No primeiro caso encontramos uma infografia *individual*; no segundo, *composta*.

De 1994 para 2004 os infográficos da revista *Superinteressante* evoluíram dos mais simples para os complexos. Nos primeiros anos encontravam-se muitas infografias classificadas como *individuais*, a quantidade de *compostas* cresceu com o tempo, superando as simples a partir de 2001.

### Conclusão

A infografia com objetivo de dar significado a uma informação plena e independente, proporcionar informação atual, permitir a compreensão do acontecimento, realizar função de síntese ou complemento, como propõe Valero Sacho (2001: 21), é um recurso que sem dúvida auxilia na explicação de fenômenos narrados pelo jornalismo, oferecendo ao leitor (no caso desta pesquisa, porém poderíamos dizer também telespectador, internauta) informações mais claras e precisas. Todavia percebe-



se que os infográficos ainda não têm sido utilizados pela imprensa explorando-se da melhor forma seu potencial. A revista *Superinteressante*, apesar de ser uma publicação de destaque nacional e internacional na área, encontra-se neste quadro. Observou-se que com o tempo os infográficos deste periódico passaram a abordar com mais frequência assuntos de caráter universal, apresentando infografias que poderiam ser facilmente encontradas em livros didáticos, ainda que fossem mais complexas que as anteriores.

Adelmo Genro (1987) explica que construção do discurso jornalístico é feita através da contextualização do singular pelo particular e universal - “Para o entendimento correto da cristalização da informação jornalística no singular, é preciso estabelecer as relações desse conceito com os demais que a ele estão indissolúvelmente ligados”<sup>10</sup> - por esta razão as infografias que não abordam singularidades da matéria, mas permitem estas conexões são bastante importantes. Todavia há que se tomar cuidado em não construir textos e infográficos que abordem somente particular e universal, esquecendo a essência do jornalismo.

### Referências Bibliográficas

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

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê!, 1987. Disponível em: [www.adelmo.com.br](http://www.adelmo.com.br) . Acesso em: 29/03/2007

HERNANDO, Manuel Calvo. **Manual de Periodismo Científico**. Barcelona: Bosch, 1997.  
MORAES, Ary. **Infografia – o design da notícia**. (dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: PUC, 1998.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo Científico**. 2ed. São Paulo: Contexto, 2005.

PELTZER, Gonzalo. **Jornalismo Iconográfico**. Lisboa: Planeta, 1991.

RINALDI, M. N. **Um laboratório para a infografia**. Pauta Geral. Florianópolis: Calandra, n. 8, 2006. pp. 11-16. Disponível em: [www.nupejoc.cce.ufsc.br](http://www.nupejoc.cce.ufsc.br) . Acesso em: 29/03/2007

---

<sup>10</sup> Livro acessado no site: [www.adelmo.com.br](http://www.adelmo.com.br)



STOVALL, James Glen. **Infographics: a journalist's guide**. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.

TEIXEIRA, Tattiana. [O uso do Infográfico na Revista Superinteressante – um breve panorama](#). In: Sousa, Cidoval, Ferreira, Roberto e Bortoliero, Simone (org.). *Jornalismo Científico e Educação para as Ciências*. Taubaté: Cabral Editora, 2006, pp. 165-180

\_\_\_\_\_. [Inovações e desafios da linguagem jornalística – o uso dos infográficos na cobertura de Ciência, Tecnologia e Inovação](#). In: Anais do V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR, Porto Alegre, 2006.

VALERO SANCHO, José Luis. **La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos**. Bellaterra: UAB, 2001.

VELHO, Ana Paula. **A infografia no jornalismo científico: uma análise semiótica**. (dissertação de mestrado). São Paulo: PUC, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.