

Infografia jornalística:

*Substituta progressiva do fotojornalismo?*¹

Ricardo Jorge de Lucena Lucas*

Resumo: O presente artigo avalia se a infografia poderá um dia vir a substituir a fotografia jornalística. Para tal análise comparativa, são discutidos alguns aspectos peculiares a cada uma dessas linguagens no âmbito do jornalismo, no que diz respeito às suas especificidades semióticas e retóricas, tendo como ponto de partida as considerações teóricas de Martine Joly sobre o fotojornalismo. Além disso, discutimos quais as consequências das diferenças entre os modos de produção da fotografia e da infografia para o campo jornalístico. No âmbito deste artigo, a infografia é conceituada não como uma imagem, mas como uma articulação lógico-relacional entre informações textuais e icônicas.

Palavras-chave: *Infografia; fotografia; jornalismo contemporâneo.*

Infographic news:

A gradual replacement for photojournalism?

Abstract: This article evaluates whether the infographics may one day come to replace the journalistic photograph. For this comparative analysis, some aspects are peculiar to each of these languages in the context of journalism, with regard to their semiotic and rhetorical specificity and taking the theoretical considerations of Martine Joly on photojournalism as a starting point. Moreover, we discuss the consequences of the differences between the production methods of photography and infographics for the journalist field. In this article, the infographics are conceived not as an image but as a logical link that connects textual and iconic information.

Keywords: *Infographics; photograph; contemporary journalism.*

Artigo recebido em:
10 de setembro de 2009
Aprovado em:
29 de abril de 2010

* Doutorando em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (UFC) e jornalista.

ricardo.jorge@gmail.com

¹ Comunicação apresentada no IX Seminário Internacional de Comunicação, GT Estudos em Jornalismo, realizado na PUC-RS, Porto Alegre, em 08 de novembro de 2007. Versão adaptada pelo autor para esta publicação.

Infografia: para substituir o fotojornalismo?

Uma pergunta aparentemente banal passou certa vez por nossa mente: seria possível que, um dia, a infografia viesse a substituir a fotografia, no universo das práticas jornalísticas? Em tese, a pergunta parece sem sentido. Porém, ela parece similar a uma outra pergunta, talvez feita por volta da metade do século XIX: àquela época, era possível que a fotografia viesse a se tornar um elemento jornalístico? É preciso lembrar que, no Brasil, por exemplo, por conta das limitações tecnológicas da época, as primeiras fotografias eram desenhadas a traço; com a chegada da fototipia, em 1884, é que foi possível a reprodução de fotos nos jornais brasileiros (GONTIJO, 2001, p. 199).

Rememoramos a chegada da fotografia nos jornais brasileiros e o começo do fotojornalismo por acreditarmos que algo similar ocorra atualmente: o uso dos computadores nas redações, o surgimento de *softwares* amigáveis e a possibilidade de tratamento digital de várias linguagens (textual, visual, sonora, hipermidiática) num mesmo suporte operam modificações no *modus operandi* jornalístico, facilitando, dentre outras coisas, a feitura e o uso de infografias na imprensa. Afinal, a história do jornalismo está, muitas vezes, ligada à história da tecnologia. Assim, aquilo que parecia distante e pouco comum, como o uso de recursos gráficos, de tabelas estatísticas e de informações visuais similares, foi ganhando espaço no fazer jornalístico. Nos anos 1990, o que se chamava até então “informação gráfica” (ou algo similar) ganhou nova denominação: “infografia”. Três publicações norte-americanas eram referências na época: o jornal *USA Today* e as revistas *Time* e *Newsweek*.

Além disso, há atualmente publicações que centram seu foco quase que exclusivamente nas infografias, como a revista *Superinteressante* e *Mundo Estranho*. Uma de suas características é o predomínio de infografias em detrimento das fotos de cunho jornalístico; outra é o uso de fotos de bancos de imagens (não necessariamente jornalísticas) para a construção dessas infografias. Isso implica outro modo de mostrar e de enunciar sobre a realidade. Pode-se argumentar que existe uma série de diferenças entre uma revista como a *Superinteressante* e a imprensa diária (critérios de noticiabilidade, público visado, temporalidade, alcance geográfico, tempo de fechamento, projeto gráfico etc.), mas também é certo que desde os anos 1990 assistimos progressivamente a uma tendência de “revistização” dos jornais brasileiros (resultante também dos chamados “pescoções”² nas redações); além disso, muitos acusaram o próprio *USA Today*, nos anos 1980, de ser uma “TV de papel”.

Especula-se que a infografia seja uma das duas vedetes do jornalismo contemporâneo (a outra seria o jornalismo difundido através da Internet, em portais, blogs etc.). Temos nossas dúvidas, pelo menos por ora. Um dos motivos que nos leva a constatar isso é a ainda incipiente produção acadêmica e/ou técnica sobre o assunto, em particular no Brasil: não há uma única obra nacional³

² Nome usado em parte das redações brasileiras para denominar o expediente que “emenda” a sexta-feira e o sábado para antecipar o fechamento da edição dominical de um jornal.

³ A área acadêmica já apresenta alguns trabalhos, mas nada, até o momento de nossa pesquisa, sistematizado e que esteja ao alcance do público em forma de livro.

ainda dedicada exclusivamente ao assunto, ainda que ele esteja em voga desde 1991, quando ocorreu a Guerra do Golfo. Se há profissionais e acadêmicos de outros países, das áreas do jornalismo, comunicação ou afins, que se dedicam ao assunto (Peter Sullivan, Nigel Holmes, Mark Monmonier, Trevor Bounford, Gonzalo Peltzer, Juan Manuel de Pablos, Jose Luis Valero Sancho, Joan Costa, Abraham Moles, Jean-Marie Chappe), no Brasil a coisa ainda é tímida e ainda restrita ao universo acadêmico (Tattiana Teixeira, Irene Machado). Os dois volumes de *Ansiedade da Informação*, de Richard Saul Wurman, mais voltados para o tratamento visual das informações em geral do que para o aspecto jornalístico das infografias, parecem ser (até onde sabemos) a exceção que confirma a regra.

Outro dos motivos de nossa dúvida é uma rápida e despreziosa passada de olhos em um *corpus* constituído de alguns exemplares de jornais internacionais⁴. Nesse *corpus*, constatamos que a presença de infografias, percentualmente falando, ainda é pequena⁵. Além disso, a presença de infografias nas primeiras páginas dos jornais é algo mais raro; em jornais como a Folha de S. Paulo podemos perceber essa tendência ainda bastante tímida. Mas essas constatações são decorrentes de um pequeno recorte temporal, que pode se modificar a qualquer momento.

Assim, indagamos algumas coisas: a infografia jornalística progressivamente pode vir a substituir, material e simbolicamente, a fotografia jornalística? Se sim, por quê? E em quê isso pode modificar o modo como o jornalismo é praticado? Para tentar responder provisoriamente a essas questões, discutiremos alguns aspectos peculiares a cada uma dessas linguagens no âmbito do jornalismo, bem como algumas especificidades semióticas e retóricas.

Talvez uma pergunta que incomode seja: por que a fotografia? A infografia quase sempre é situada no âmbito da comunicação visual, ainda que em geral ela necessite de textos complementares. Isso leva a uma confusão: pensar na infografia em termos visuais como se pensa na fotografia, nas artes plásticas e outras manifestações do visual, mas esquecer do aspecto textual no qual ela se ancora. Ou seja: na verdade, temos aqui o tratamento visual de uma determinada informação que se apoia nas linguagens textual e icônica, e não um produto e uma linguagem estritamente visual. Na prática, porém, uma das coisas que ocorrem é que o texto na infografia é percebido como um “complemento” da mensagem icônica. Além disso, outro fato que chama a atenção é o trabalho infográfico ser visto com uma única “finalidade” (ou visto também por vezes com certo desdém): “embelezar” a página impressa que será diagramada. Fotografias e ilustrações também já passaram por isso, historicamente falando e, em ambos os casos, a rotina nas redações é muitas vezes a mesma: alguém dizendo “sobrou um espaço na página”,

**Uma das coisas que
ocorrem é que o
texto na infografia
é percebido como
um “complemento”
da mensagem
icônica**

⁴ Estes jornais estão citados ao final do trabalho.

⁵ Cerca de 20% de infografias e 70% de fotografias. As exceções foram, de um lado, a versão europeia do *The Wall Street Journal*, com 32% de fotos e 41 % de infografias, e, de outro, o argentino *La Nacion*, com 88% de fotos e apenas 9% de infografias. Contabilizamos aqui ainda ilustrações, com média de 10%.

“precisamos de uma imagem aqui”, “o anúncio saiu dessa página e ganhamos mais espaço” e outras frases do gênero.

Infografia e fotografia: diferenças e semelhanças

Para avaliar se a infografia pode vir a substituir a fotografia, é preciso inicialmente perceber os aspectos que as diferenciam; isso porque não consideramos a infografia como uma produção visual similar à fotografia, ao desenho e a outras produções visuais. Optamos por vislumbrar a infografia como uma articulação lógico-relacional entre informações textuais e icônicas. A infografia é próxima, por exemplo, do conceito de diagrama hipoicônico proposto por Peirce:

Aqueles [hipoícones] que representam as relações - principalmente relações diádicas ou relações assim consideradas - das partes de uma coisa, utilizando-se de relações análogas em suas próprias partes, são diagramas. Muitos diagramas não se assemelham, de maneira alguma, a seus objetos, quanto à aparência; a semelhança diz respeito unicamente às relações de suas partes. (PEIRCE, 1993, pp. 117-119. Grifo no original).

O texto de Peirce é claro e nisso reside uma primeira diferenciação entre fotografia e infografia: se aquela, até fins do século XX, tinha um valor testemunhal (porque indicial), em seu período pós-fotográfico (digital) ela passa a ter esse valor relativizado, tornando-se aquilo que Peter Lunenfeld chama de “imagem dubitativa” (LUNENFELD, 2001), ainda que, em tese, essa dúvida não ocorra totalmente com o fotojornalismo por conta do pacto firmado historicamente entre jornal e leitor de que as fotos ali publicadas são “um registro dos fatos” (mesmo que a popularização das máquinas fotográficas digitais e dos *softwares* de tratamento de imagens permita à parte desse público leitor saber das possibilidades de tratamento e manipulação da imagem digital). Já a infografia, se não é uma representação testemunhal e indicial da realidade, é uma descrição, uma explicação, uma instrução lógica, uma proposição a respeito dessa mesma realidade. Isso ocorre porque a infografia pode (tentar) dar conta daquilo que escapa à fotografia: o passado e o futuro, o complexo, o microscópico e o macroscópico, o sequencial. Se a fotografia contemporânea é dubitativa, a infografia, com sua estrutura visual por vezes próxima dos esquemas científicos, busca ser indubitavelmente verdadeira no âmbito de suas proposições visualmente lógicas.

Há um aspecto peculiar do qual às vezes nos esquecemos: a infografia pode englobar, entre seus elementos constitutivos, a própria fotografia. É muito raro que uma fotografia sirva, ela própria, com todos os elementos selecionados pelo profissional (composição original, enquadramento, planos etc.) de base para uma infografia, sem nenhum tipo de intervenção. Além disso, há

⁶ Aqui e doravante, optamos por seguir a proposição feita por Juan Manuel de Pablos, que grafa os nomes derivados do termo “infografia” do mesmo modo que fazemos com os derivados da palavra “fotografia”: *infógrafo/fotógrafo, infográfico/fotográfico* etc. (DE PABLOS, 1999, pp. 229-230).

jornais nos quais a equipe de reportagem é composta de repórter, fotógrafo e infógrafo⁶ para a saída à rua e, por vezes, o infógrafo também é orientado a fazer registros fotográficos, seja para ter uma noção visual de um dado local, seja para auxiliá-lo na confecção final da infografia (além da ajuda de imagens de satélite obtidas através de *softwares* como o Google Earth, por exemplo). Isso nos leva a considerar as possibilidades de alguns dos elementos constitutivos da infografia (estamos deixando de lado outros elementos visuais, como ícones, fios, cores etc.):

- textos: tendem ao didatismo, por conta do seu aspecto descritivo-explicativo e/ou narrativo-sequencial;
- imagens fotográficas e desenhos: mostram um determinado personagem, local ou situação, quando isolados; podem aparecer também sequenciados, a fim de representar situações do tipo “passo a passo” ou desdobramentos temporais de um dado evento;
- transtextos (designação proposta por Gérard Genette para substituir a expressão “intertextos”, 1992): compõem-se de textos-citação (falas de autoridades, especialistas etc., de modo escrito ou oral, quando na TV ou Internet), de imagens-citação alográficas⁷ icônicas (cópias de documentos, cheques, boletins de ocorrência) e de transtextos “manipulados” (no sentido farmacológico da expressão), como detalhamentos-ênfase em certas imagens ou distorções de imagens e/ou vozes (no caso da TV ou Internet).
- imagens didáticas (conforme expressão de Joan Costa e Abraham Moles, 1991) de primeira mão: compõem-se de imagens que se propõem a descrever algo, como gráficos, tabelas, diagramas, organogramas, mapas, narrativas quadro a quadro, instruções gráficas e todo um universo de representações esquemáticas que tendem a ser produzidas dentro do jornal, mas que também podem ser influenciadas por dados oficiais externos ao jornal (institutos de pesquisa, ministérios, universidades etc.), quando não reproduzidas diretamente no jornal (o que é mais raro de ocorrer, por conta da diferenciação de identidade visual entre os produtos impressos e/ou audiovisuais de um órgão oficial, por exemplo, e o jornal que conta com um projeto gráfico específico em termos de tipias, cores, usos de branco, fios etc.).

É preciso considerar ainda os diferentes processos de produção e circulação da fotografia e da infografia. A fotografia depende, num dado momento, de uma “leitura técnica” do seu referente, para posterior reprodução, ou seja: por ser automográfica⁸, um “original” pode produzir várias cópias técnica e automaticamente iguais entre si; além disso, os jornalistas não veem problema em usar uma foto que provavelmente será publicada em outros jornais. Já no caso

⁷ De alografia, no sentido dado por Nelson Goodman, ou seja, objetos (aí incluídas as imagens) que podem ser reproduzidos várias vezes sem o risco de serem tomados por falsos (*fakes* ou *forgeries*) em relação ao seu original. Opõe-se à autografia, ou seja, a característica daquilo que é resultado da intervenção manual do artista e cujas cópias tendem a serem consideradas falsas. Assim, um objeto de arte é autográfico, diz Goodman, “se e somente se a distinção entre o original e sua cópia é significativa” (GOODMAN, 1976: 113). Para mais detalhes, ver GOODMAN, Nelson. *Languages of Art - an approach to a theory of symbols*. 2. ed., Indianapolis: Hackett, 1976, pp. 113-122.

⁸ Expressão proposta por Gérard Genette, a partir dos termos de Goodman (ver nota anterior) para designar um tipo de reprodução artística autográfica múltipla e automática, sem intervenção manual do artista. Ver GENETTE, Gérard. *A Obra de Arte - volume 1 - imanência e transcendência*. São Paulo: Littera Mundi, 2001, p. 7.

da infografia poderia ocorrer o mesmo processo: a produção em suportes informáticos de uma infografia e conseqüentemente a duplicação digital e a reprodução de suas várias cópias; na prática, porém, como dissemos, as infografias tendem a se ajustar aos projetos gráficos dos jornais (fontes tipográficas, usos de determinadas escalas de cores etc.), o que faz com que elas tenham de ser sempre produzidas (e não reproduzidas) no âmbito das redações⁹. Uma consequência disso é que a fotografia, multiplicada na esfera midiática graças às agências de notícias e à seleção das mesmas imagens nos jornais que adquirem esse serviço, ajuda a alimentar o processo de tautismo (tal como lembra Lucien Sfez, 1992) que ocorre na imprensa; isso porque a foto tanto serve de prova daquilo que foi registrado quanto serve tautologicamente de prova à medida que tem sua reprodução multiplicada potencialmente *ad infinitum* no sistema midiático (a lógica do sistema tautológico, segundo Sfez, é: a repetição é a prova). A mesma foto em diversos veículos jornalísticos, em relação ao seu valor constatativo (no sentido dado por J. L. Austin), ganha um outro aspecto: o de descrever sempre e repetidamente o mesmo estado de coisas.

A infografia, por sua vez, por ser uma produção de sentido de outra natureza, uma “construção” (no sentido literal da expressão), caminha na direção do potencial desencontro de informações, já que a infografia, ao contrário da fotografia, nada prova tautologicamente. Isso leva a questões éticas no âmbito

da produção da infografia, como as analisadas por Marita Otero e Xaquín G. V. (2004): ambos coletaram alguns exemplos (da imprensa espanhola) nos quais várias infografias mostram, de diferentes modos, o que deveria ser um mesmo elemento ou conjunto de elementos, do ponto de vista visual e informativo. Assim, uma mochila-bomba (cuja imagem indicial, fotografada ou filmada, ainda era desconhecida da imprensa) apreendida pela polícia ganha diferentes contornos, esboços e modelos; um furgão de modelo desconhecido e que teria sido usado em um atentado, carregado de explosivos, ganha traços realistas em dois jornais espanhóis, com direito a deto-

nadores e cintos de segurança em locais inventados; e um trem envolvido em um acidente tem quatro vagões em um jornal e oito em outro. Ou seja: entre a pressa de se obter a informação, checar os dados e fazer o esboço do material a ser esquematizado, pode-se produzir (não apenas infograficamente, vale lembrar) uma reconstituição que, na prática, acaba sendo algo entre as diferentes versões de um fato ou até mesmo diferentes fatos. Aqui, o tautismo sai de cena para proporcionar ao seu leitor uma estranha espécie de “oscilação” entre a paramnésia e a criptomnésia (ou seja, entre o *déjà-vu* e o *jamais vu*).

Apesar de algumas diferenças aqui apontadas, seria insensato dizer que fotografia e infografia nada têm em comum; ao contrário, é possível se questionar sobre elas sob um outro aspecto: elas enunciam sobre algo (como poderiam dizer os estudiosos da hipótese do *agenda-setting*), ou enunciam algo sobre (como poderiam dizer os estudiosos da hipótese da espiral do silêncio)? Uma discussão que pode nos auxiliar é a proposta por Martine Joly (1994, pp. 142-148), baseada em ideias de Umberto Eco. Ela lembra que a fotografia de im-

⁹ Pelo menos é o que supomos que ocorra nas redações; do contrário, acreditamos que haveria mais infografias nos jornais impressos, por exemplo.

Seria insensato dizer que fotografia e infografia nada têm em comum

prensa pode se inserir potencialmente num tríplice campo: do simbólico, do metafórico e do alegórico. Uma foto é simbólica porque, pelo motivo de ser também um fato semiótico, permite uma semiose infinita, ou seja: o simbólico “direciona” o modo de interpretar do leitor, que não deverá buscar o sentido literal na foto; é metafórica quando pretende indicar o oposto, o não-literal, daquilo que mostra (a metáfora torna-se, assim, uma figura visual aceitável na publicidade, mas condenável no fotojornalismo); e é alegórica quando ela aponta intertextualmente para outros textos, para outros “já vistos”, do cinema, HQs, artes plásticas, cartazes etc. (sobre isso, ver também ECO, 1993, pp. 269-273). Para Joly, a alegoria, assim como o símbolo, quando nos diz uma coisa na verdade está nos dizendo uma outra coisa.

Pensada numa relação transtextual, a fotografia de imprensa não deve ser vista apenas em termos semióticos, mas também retóricos, propõe Joly. Para além das figuras já discutidas (símbolo, metáfora e alegoria), a pesquisadora francesa lembra que podemos encontrar outras figuras de retórica nas imagens, como a antítese e a comparação. Assim, Joly se pergunta se a foto de imprensa pode argumentar ou persuadir e por fim propõe que ela 1) busca mais surpreender do que informar (baseando-se nas noções de surpresa, desafio e/ou capacidade técnica para fazer a foto ou mesmo do “momento decisivo”, como dizia o fotógrafo Henri Cartier-Bresson); 2) por vezes pode se repetir, em vez de surpreender (como ocorre nas centenas de fotos de guerra, por exemplo); e 3) busca mais argumentar do que informar (JOLY, 1994, pp. 149-176). Em suma: a foto sempre informa sobre aquilo que registra, mas também argumenta sobre aquilo que mostra e busca formas (estéticas, simbólicas, intertextuais etc.) de chamar a atenção do leitor a fim de melhor serem contempladas. Desse modo, contemplar uma imagem seria encontrar no “novo” algo já “conhecido”.

Por fim, Joly retoma uma discussão (baseada em E. H. Gombrich) sobre a verdade ou a falsidade das imagens e finaliza lembrando que uma imagem em si mesma não é nem verdadeira nem falsa (assim como uma palavra também não o é, diríamos nós), mas pode entrar nesse âmbito se houver um texto que, de algum modo, a contradiga (como no caso da famosa pintura do cachimbo de René Magritte) ou a reforce (seria o caso da legenda ou do uso de outras fotos, criando uma sequência narrativa visual); porém, uma imagem (ou um conjunto delas) pode servir de base para uma argumentação, ao usar figuras de retóricas que possam ter tradução visual. Aqui, podemos lembrar duas coisas. Uma delas é a afirmação de Peirce que diz que “ícones e índices nada asseveram” (1993, p. 125); nosso conhecimento não pode se dar exclusivamente através de ícones ou de índices, pois na prática todos eles se ancoram no simbólico (ou seja, na palavra, conforme lembrava, por exemplo, Metz, 1974, pp. 16-17). Uma imagem, quando nos mostra algo, não nos diz muito sobre esse algo senão aquilo que é da esfera da percepção visual (tamanhos, contrastes, tons, cores etc.). Outra coisa importante: dizer que a fotografia aponta para o verossímil é condizente com o próprio sistema retórico, que afirma que a questão não é saber se algo é verdadeiro ou falso, mas se é verossímil ou não, se podemos construir uma opinião a partir do raciocínio que nos é apresentado. Assim, o papel da fotografia no âmbito jornalístico tende a não ser apenas estritamente informativo, mas muitas vezes (e principalmente) também

argumentativo, e isso fica muito claro nas páginas dos jornais diários, ao escolherem fotos que se baseiem nessas e em outras figuras de retórica (ironia, hipérbole etc.). Nesse caso, sempre é necessário relacionar a fotografia com outros textos que a acompanham (legendas, matérias, outras fotos etc.).

Se a fotografia é, muitas vezes, além de uma prova, uma argumentação, o que seria então uma infografia? A nosso ver, uma proposição lógica, mas também uma estratégia retórica. Dissemos que a infografia nada prova, já que é muitas vezes ou uma construção ou uma reconstituição; por isso, o infógrafo pode tender a se basear em provas (indiciais, de preferências) que sirvam de suporte para ela e a estructurem. Como dissemos há pouco, o uso de textos-citação, de imagens-citação alográficas e icônicas, de transtextos “manipulados”, funciona como aquilo que em Retórica chama-se “provas extrínsecas” (*atekhnai*); ou, como lembra Reboul, “testemunhas, confissões, leis, contratos etc.” (REBOUL, 1998: 49). Em suma: se a fotografia pode se alinhar argumentativamente ao âmbito do *pathos*, do verossímil, a infografia se abriga do lado do *logos*, no qual outros elementos ajudam: ordens sequenciais, números, barras etc. Ou seja: todo um universo de representações visuais acima de tudo lógicas. A infografia, em tese, tende a operar majoritariamente na esfera da descrição, do verdadeiro, não do verossímil e da narração¹⁰.

Além disso, é sabido que, do ponto de vista discursivo, o texto jornalístico utiliza estratégias enunciativas próximas às dos discursos científico, histórico e/ou jurídico, como o apagamento do agente enunciador e o uso de vozes-testemunho ou de vozes-especialistas. Esse efeito de apagamento também é comum tanto na fotografia (na qual raramente pensamos no agente enunciador, o fotógrafo) quanto na infografia, além da articulação de todas essas possibilidades com o efeito-mosaico que uma página de jornal produz (ou seja, uma página de jornal diagramada não deixa clara a “mão” de quem a produziu, como se fosse apenas uma compilação de um conjunto de fatos e não uma seleção de fatos).

Outro aspecto que podemos considerar: a relação entre imagens, textos e infografias é semioticamente diferenciada. Como na infografia ocorre necessariamente a articulação entre imagens e textos, fica claro que ela não se presta, por exemplo, como recurso pedagógico a analfabetos ou mesmo talvez a pessoas semi-alfabetizadas, uma vez que ela não é uma linguagem visual estritamente icônica, assim como ocorre com uma foto ou com um desenho sem uso de textos. Na dúvida, basta que entreguemos uma revista de histórias em quadrinhos a uma criança não alfabetizada ou em fase inicial de alfabetização, ou a um analfabeto, e que acompanhem suas tentativas de leitura conforme nossas expectativas de “alfabetizado” para perceber o modo diferente como eles leem e interpretam a revista que têm diante de si. Obviamente, isso não significa que as imagens prescindam também delas de um aprendizado; elas apenas são de natureza icônica distinta em relação aos textos e isso, creio, parece suficientemente esclarecido. Nesse aspecto, concordamos com a longa discussão já feita por Eco (1991) e outros autores (Vilches, 1997) a respeito

¹⁰ Isso não significa que uma infografia não possa narrar algo, mas essa discussão não será feita aqui, no momento.

do caráter cultural do iconismo¹¹.

Além disso, trabalhos como os do antropólogo britânico Jack Goody (1979) mostram, por exemplo, que o pensamento visual para textos (colunas, tabelas etc.) só é possível em culturas alfabetizadas. Ou seja: a nosso ver, a infografia só seria possível em sociedades baseadas no sistema de escrita. Resumindo rapidamente o pensamento de Goody: ao analisar as diferenças culturais entre as sociedades orais e as letradas, ele observou, dentre outras coisas, que a) as sociedades orais também tinham intelectuais e que elas eram tão racionais quanto as sociedades letradas, diferente de uma ideia geral de que as sociedades orais não seriam “lógicas”, e b) as sociedades que se baseavam no sistema da escrita tiveram novas possibilidades (icônico-visuais) de estruturação do pensamento lógico, entre elas as tabelas, as listas e as estruturas de classificação. Ferramentas gráficas pelo fato tanto de estruturarem visualmente as ideias escritas (sistemas de classificação, tabelas etc.) quanto de perpetuarem essas mesmas ideias. Como diz Goody: “eu sustento que (...) a tabela é essencialmente um procedimento gráfico (e, frequentemente, um procedimento da cultura escrita)” (GOODY, 1979, p. 111)¹². Em suma: a imagem icônica pode abrir mão da escrita (mas, no final das contas, talvez não do texto, seja ele escrito ou oral); certas “imagens lógicas”, por sua vez, são resultados da escrita, só podem existir nas sociedades centradas na escrita (porque a escrita é ela também uma linguagem visual, ainda que seja fácil esquecer isso).

Assim, pensar em produções infográficas sem palavras pode se tomar algo complicado. Em uma obra curiosa, intitulada *Wordless Diagrams* (2005), Nigel Holmes, conceituado designer da revista *Time* e estudioso do assunto, busca fazer diagramas explicativos sem uso de textos¹³ para explicar o passo a passo de algumas atividades. Percebemos duas coisas: 1) que o autor precisa usar números sequenciais para fazer o leitor entender a ordem das imagens que mostra; e 2) podemos até entender as sequências gestuais e/ou corporais do que está proposto, mas nem sempre compreendemos o sentido delas. Isso nos remete a uma discussão já antiga, feita, dentre outros, pelo norte-americano Ray Birdwhistell (1979): o que é universal, na “linguagem do corpo”, não são os gestos, mas sim a capacidade de gesticulação. Isso vale, obviamente, também para a fotografia, conforme discussão já feita por Lorenzo Vilches (1997, p. 206-219). Assim, pode-se pensar na leitura das imagens, mas nem sempre na sua compreensão.

Acreditamos assim que a possibilidade de um (falso) uso exclusivo de imagens nas infografias (como que usando “as mesmas armas” das imagens, da fotografia no nosso caso, ou seja: a ausência de textos) parece-nos um esforço desnecessário, ainda que muito buscado; é o caso, em particular, do ISOTYPE

¹¹ Umberto Eco retoma essa discussão em *Kant e o Ornitorrinco*, mas numa perspectiva um pouco distante de nossos propósitos ou seja, dos hipóicones e suas relações diagramáticas. Para mais detalhes, ver capítulo “Iconismo e Hipóicone” em ECO, Umberto. *Kant e o Ornitorrinco*. Rio de Janeiro: Record, 1998, pp. 283-331.

¹² Vale lembrar que Goody não afirma que as sociedades orais não possam ordenar e classificar elementos, por exemplo, mas que a representação gráfica dessas possibilidades é uma simplificação visual: “construir uma tabela de oposições é reduzir a complexidade oral à simplicidade gráfica reunindo em um todo único diferentes formas de relação entre ‘pares’” (GOODY, 1979: 135).

¹³ Na verdade, os textos que nomeiam as ações em questão estão presentes, de modo enumerado, na contracapa e no interior da obra, logo ao início, antes das ilustrações, e não junto com as ilustrações.

(*International System of Typography Picture Education*) do austríaco Otto Neurath (1882-1945), criador dos pictogramas, os quais ele pretendia que fossem uma espécie de “linguagem universal”, ou seja, compreendidos potencialmente por qualquer pessoa. Mas nem sempre isso ocorre na prática: o professor da UFRJ Milton José Pinto lembra (1995, p. 152-153), por exemplo, o problema de um sofisticado sistema de indicações não verbais usado quando da inauguração da nova estação rodoviária do Tietê, em São Paulo; com os usuários sem entenderem nada das imagens em questão, os funcionários tiveram de escrever em pedaços de papel e colar por cima dos símbolos o que indicava cada imagem. Mesmo o pesquisador de arte (e também austríaco) Ernst Gombrich, por sua vez, chegou a admitir sua dificuldade em “ler”, por exemplo, certos prospectos de segurança em voos baseados quase que exclusivamente em gravuras sequenciadas (como as HQs, mas sem os textos e balões), dizendo não saber como colocar corretamente os coletes salva-vidas, uma vez que nunca realizou tais ações muito detalhadas (2003, pp. 226-228). Em suma: o uso exclusivo de imagens numa infografia, caso seja possível (pois toda infografia deve ter, na pior das hipóteses, um título de apresentação), demonstra ser um esforço pouco recompensado muitas vezes, caso os atos mostrados 1) não tenham a mesma finalidade para todos os leitores; 2) sejam ambíguos; 3) pareçam ilógicos ou sem sentido aos olhos de nossa cultura, e/ou 4) nunca tenham sido feitos por nós.

Acreditamos numa espécie de “convergência de linguagens” no âmbito do impresso

Enfim: infografia ou fotografia?

Percebe-se que o poder de argumentação da infografia se centra, por um lado, no caráter lógico de sua estruturação visual, e de outro no uso de “provas extrínsecas”, entre as quais a própria fotografia, eventualmente. Dentro da lógica da redação de um jornal, sempre é possível usar uma cópia de um documento tanto como ilustração quanto como elemento de apoio visual de uma infografia. Nesse aspecto, a fotografia leva uma espécie de vantagem: ela sempre será necessária como prova de algo. Por outro lado, como nem tudo é fotografável/registrável, a estruturação lógica dos elementos visuais e textuais que compõem um dado elemento infografado pode servir como a única prova possível acerca de algo. Com o desenvolvimento das demais tecnologias da imagem (ultra-sonografias, *scanners*, telescópios) dando conta de fenômenos ainda novos e/ou desconhecidos, do ponto de vista conceitual e/ou visual, e também com uma maior intimidade com o fazer infográfico, o mais provável, a nosso ver, é que cada vez mais se fortaleça a relação texto/fotografia/infografia¹⁴. Assim, acreditamos numa espécie de “convergência de linguagens” no âmbito do impresso, o que levará os jornalistas a terem de dominar simultane-

¹⁴ O livro de Monique Sicard, *A Fábrica do Olhar*, trata em parte desta questão: que algumas ciências (biologia, geografia, medicina, astronomia) dependem de técnicas e de máquinas de visão para construir representações visuais daquilo que o olho humano não pode captar. Assim, passamos do gravado (séculos XV-XVIII) para o fotografado (século XIX) e depois para o figurado (século XX em diante). Mas, mesmo aqui, a imagem ainda é o principal. Ver SICARD, Monique. *A Fábrica do Olhar - imagens de ciência e aparelhos de visão* (século XV-XX). Lisboa: Ed. 70, 2006.

amente essas diferentes técnicas, o que implica um novo modo desses profissionais se relacionarem com as linguagens e os códigos jornalísticos.

Podemos dizer que a fotografia desempenha muitas vezes o papel de argumentar, de opinar sobre os fatos, e nisso ela se alinha fortemente à hipótese da espiral do silêncio: ela nos diz o que pensar algo sobre. A fotografia, aqui, se torna uma estratégia de enunciação argumentativa por parte do jornal, ainda que ela pareça “meramente” constativa. Além disso, é preciso lembrar que a fotografia publicada no jornal é também fruto de uma seleção, na qual critérios como impacto, qualidade visual e poder de argumentação devem ser buscados e destacados. Assim, cabe à foto dizer, mostrando, o que os diversos textos verbais (manchetes, subtítulos, textos, legendas) não podem afirmar.

Por outro lado, o uso recorrente de infografias contribui para estruturar discursivamente o jornal como sendo, cada vez mais, uma autoridade lógica; num mundo onde os fatos tornam-se cada vez mais complexos, não basta mais ao jornal apenas narrar ou mostrar os fatos: é preciso também explicá-los didática e logicamente. Tende a operar-se assim uma espécie de inversão na clássica metáfora: não mais o jornal como janela ou espelho para mostrar o mundo, mas também o jornal como sala de aula, como manual de instruções a respeito de certas coisas do mundo. Antes não tínhamos a informação; hoje, precisamos também ter a compreensão diante do excesso de dados e de informações à nossa disposição. Números, fios, setas, gráficos, todos esses elementos visuais, articulados a textos e imagens, ensinam e guiam o leitor-consumidor de articulações e esquemas didáticos.

Isso tudo implica num forte poder enunciativo da imprensa: o de referenciar a realidade, de argumentar sobre ela e de descrever e explicar os seus fenômenos. Dentro da contemporaneidade (“pós-modernidade”, talvez insistam alguns) e com a chamada crise das metanarrativas ocidentais tradicionais, a imprensa tende a constituir para si própria a função de criar uma nova metanarrativa, a qual tudo explica através da informação jornalística, mas com uma diferença bastante significativa: a ausência de uma utopia, de um destino e de um significante transcendental. Tudo tende a se converter em puro *hit et nunc*, destituído de qualquer meta final.

Referências bibliográficas

- BIRDWHISTELL, Ray. **El Lenguaje de la Expresión Corporal**. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- COSTA, Joan & MOLES, Abraham. **Imagen Didáctica**. Barcelona: CEAC, 1991.
- DE PABLOS, Juan Manuel. **Infoperiodismo - el periodista como creador de infografla**. Madri: Editorial Síntesis, 1999.
- ECO, Umberto. **A Estrutura Ausente - introdução à pesquisa semiológica**. 7. ed., São Paulo: Perspectiva, 1991, pp. 97-121.
- ECO, Umberto. “Uma foto”. In: **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. 9. ed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- GENETTE, Gérard. **Palimpsestes - la littérature au second degré**. Paris: Seuil, 1992.

- GOMBRICH, Ernst. “Instruções gráficas”. In: GOMBRICH, Ernst. **Los Usos de las Imágenes** - estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual. México: Fondo de Cultura Económica, 2003, pp. 226-239.
- GONTIJO, Silvana. **O Mundo em Comunicação**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.
- GOODMAN, Nelson. **Languages of Art** - an approach to a theory of symbols. 2. ed., Indianapolis: Hackett, 1976.
- GOODY, Jack. **La Raison Graphique** - la domestication de la pensée sauvage. Paris: Éditions de Minuit, 1979.
- HOLMES, Nigel. **Wordless Diagrams**. Nova York: Bloomsbury, 2005.
- JOLY, Martine. **L'Image et les Signes** - approche sémiologique de l'image fixe. Paris: Nathan, 1994.
- LUNENFELD, Peter. **Snap to Grid: A User's Guide to Digital Arts, Media, and Cultures**. Cambridge: MIT Press, 2001.
- METZ, Christian. “Além da Analogia, a Imagem”. In: VVAA. **A Análise das Imagens**. Petrópolis: Vozes, 1974.
- OTERO, Marita e XAQUÍN G.V. “La Ética en las Reconstrucciones Visuales: análisis de los gráficos impresos y multimedia del 11-M”. Comunicação apresentada no XIX Congresso Internacional de Comunicación, 11 e 12 de novembro de 2004 na Universidad de Navarra [disponível em http://www.xocas.com/blog/?page_id=9].
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e Filosofia**. 9. ed., São Paulo: Cultrix, 1993.
- PINTO, Milton José. “Semiologia e Imagens”. In: BRAGA, José Luiz, PORTO, Sérgio Dayrell e FAUSTO NETO, Antonio. **A Encenação dos Sentidos** - mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim/COMPÓS, 1995, pp. 141-157.
- REBOUL, Olivier. **Introdução à Retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- SFEZ, Lucien. **Critique de la Communication**. 2. ed., ver. e aum., Paris: Seuil, 1992.
- VILCHES, Lorenzo. **La Lectura de la Imagen** - prensa, cine, televisión. 7. ed., Barcelona: Paidós, 1997.

Jornais consultados

- The Wall Street Journal - Europe. Europa, segunda, 4 de junho de 2007.
- La Nacion. Argentina, sábado, 16 de dezembro de 2006.
- Le Monde. França, sábado, 1º de setembro de 2006.
- USA Today. Estados Unidos, quinta, 10 de maio de 2007.
- El Pais. Espanha, sábado, 8 de setembro de 2007.
- El Mundo. Espanha, sábado, 8 de setembro de 2007.
- Público. Portugal, domingo, 2 de setembro de 2007.