

INFOGRAFIA: Uma análise semiótica de suas funcionalidades no jornalismo

Autor (a): Aline Alencar Nunes

Eixo 1 – Arte, Tecnologia e Educação

Orientador: José Ferreira Júnior

Universidade Federal do Maranhão

alinealencarjornalismo@gmail.com

jferr@uol.com.br

RESUMO

A infografia surge como aliada do profissional de jornalismo no desafio de oferecer informação com qualidade e, ao mesmo tempo, educativa e atrativa. Este trabalho analisou um infográfico utilizado pelo Portal Brasil, no endereço *online* do Governo Federal, na matéria intitulada “Economia do Brasil cresce 0,2% no primeiro trimestre do ano”. Nesse caso, o veículo digital busca explicar o que é o PIB (Produto Interno Bruto), e quais os aspectos positivos do seu aumento para a economia brasileira. O PIB, enquanto tema na matéria em voga, é um assunto complexo para muitas pessoas fora do contexto dos estudos econômicos? Diante desse questionamento, a matéria, além de usar o texto básico para narrar o fato, usa o infográfico como elemento de aprofundamento da compreensão de como o aumento do PIB influencia o dia a dia do brasileiro. A infografia é base, não somente para informar, mas para fazer com que o leitor visualize mentalmente o que o fato narrado irá interferir em seu bolso. Tais motivações e necessidades foram analisadas pelo ponto de vista metodológico de Donis A. Dondis, na obra *Sintaxe da Linguagem Visual* (2003), em que ela explica as razões básicas de criação de componentes visuais, sendo que estes são fundamentados nas necessidades que “podem ser imediatas e práticas, tendo a ver com questões triviais da vida humana. [...] A última razão motivadora, e a de maior alcance, é a utilização de todos os níveis dos dados visuais para ampliar o processo de comunicação humana” (DONDIS, 2003, p.183). Ao analisarmos este infográfico, percebemos também como ele estabelece o processo de comunicação entre o veículo e o leitor; e, ainda, se a produção de sentido, de forma ampliada, vai ao encontro dos aspectos basilares da linguagem visual: “Devem interrogar a natureza de cada meio de comunicação, sua função ou níveis de função, sua adequação, a clientela a que se destina e, por último, sua história e sua maneira de servir as necessidades sociais” (DONDIS, 2003, p.184). Ou seja, aplicamos a hipótese de que o infográfico do Portal Brasil atende às necessidades de compreensão e assimilação do conteúdo pelo público em geral, esclarecendo o ciclo de consumo da sociedade, incluídos economistas, figuras políticas e gestores públicos, os quais se constituem a clientela mais específica do jornalismo econômico. Acrescentando ao pensamento de Donis A. Dondis, optamos por uma análise por meio da *Semiótica Aplicada* de Lúcia Santaella (2004). A abordagem semiótica de Santaella é aplicada ao design a fim de explicitar “o potencial comunicativo que um produto, peça ou imagem apresenta” (2004, p.69). Percebemos, mediante a análise desse infográfico, que se apresentam nele os três pontos de vista semióticos utilizados por Santaella: o qualitativo-icônico; o singular indicativo e o convencional-simbólico. Sendo assim, averiguamos se o elemento gráfico usado na matéria jornalística, como apoio visual, foi fiel às regras para o bom desempenho da linguagem não verbal.

Figura 1 – Modelo de Infográfico



Fonte: PORTAL Brasil. **Entenda como o PIB é calculado.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/05/economia-do-brasil-cresce-0-2-no-primeiro-trimestre-do-ano>>.

Palavras-chave: Infografia. Jornalismo. Semiótica. Comunicação.

REFERÊNCIAS

PORTAL Brasil. **Entenda como o PIB é calculado.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/05/economia-do-brasil-cresce-0-2-no-primeiro-trimestre-do-ano>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Thompson, 2004.