

UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA A AUTORIA DE INFOGRÁFICOS EDUCACIONAIS

ADRIANA SILVA DA SILVA¹; LÚCIA BERGAMASCHI COSTA WEYMAR²

¹Universidade Federal de Pelotas – drikassilva@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – luciaweymar@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado da disciplina O Design Autoral, vinculada à linha de Ensino da Arte e Educação Estética do Mestrado em Artes Visuais da Universidade Federal de Pelotas, cujo objetivo é apresentar um projeto autoral em design. Consideramos importante, dentro desta proposta, refletir sobre a metodologia de desenvolvimento de materiais didáticos pelos professores de arte, tendo em vista que na maioria das vezes estes materiais não são autoria de educadores.

Percebemos que, com a digitalização da informação, o texto vem sendo substituído por ícones, o que transforma a comunicação verbal em um processo de comunicação visual. Neste contexto, o design da informação pode colaborar com as mudanças que ocorrem na nossa percepção e no modo como esses conhecimentos são apreendidos pelo educando.

De acordo com Frascara (2006, p.121) existem quatro áreas dentro do desenho de comunicação visual: desenho para “informação”, para “persuasão”, para “educação” e para “administração”. O desenho de “informação” engloba editoriais, gráficos, diagramas, instruções, sinalização, mapas, interfaces digitais, entre outros, que podem ser veiculados em mídias impressas, digitais, bi ou tridimensionais. Para o autor, o design para “educação” faz parte do design de “informação” e de “persuasão”, além de ser constituído por elementos particulares que demandam atenção especial. Frascara (2006) destaca que a educação não corresponde apenas à transmissão de conhecimento. O processo de ensino-aprendizagem deve desenvolver habilidades e conhecimentos já presentes no educando enquanto o processo de educação deve promover o desenvolvimento das pessoas.

Educar, para Frascara, significa relacionar-se com o desenvolvimento do sujeito como ser social e não como invólucro para depósito de conhecimento. O autor destaca, ainda, que é preciso compreender que o processo de construção do conhecimento é melhor quando o estudante passa a atuar de forma ativa.

O design para “educação” deve impelir o sujeito a pensar, a julgar e a desenvolver-se de forma autônoma. Em síntese, a mensagem que o design produz para a educação deve transmitir e colaborar com o desenvolvimento do estudante e da sociedade por meio da prática reflexiva, seja de forma individual ou coletiva (FRASCARA, 2006). Para tanto, abordamos o uso e a criação do infográfico como uma possível ferramenta pedagógica. Baseado nestes ideais, questionamos: como o processo de criação de um infográfico educacional aproxima-se do design autoral?

A questão relativa ao design autoral é ampla e perpassa inúmeras questões. O design autoral relaciona-se com a ideia do designer ser o proponente do projeto a ser executado, uma vez identificada a necessidade do produto, objeto, etc. Trata-se de uma proposta auto iniciada, onde o designer projeta sua própria identidade no objeto. Para fins deste texto, considero relevante a proposição dos

designers Michael Rock (2002) e Rick Poyner (2003). Face a complexidade em definir a autoria em design, Rock propõe que é necessário empregar múltiplos métodos que envolvam a prática do designer. Poyner sinaliza que o designer precisa relacionar-se de forma próxima ao conteúdo, acompanhando as etapas de produção e, para ele, o designer atua como autor quando consegue dominar o texto.

Rock (2002) propõe alguns modelos de autoria em design, a partir dos quais delinearemos nossa proposta metodológica ao projetar um infográfico educativo. O primeiro modelo é 1) Livro de artista, 2) Design de ativismo, 3) Autor que escreve ou publica sobre design, 4) Designers que criaram uma abordagem crítica da profissão ligada a uma prática exploratória, 5) Ilustradores autores, 6) Projetos de larga escala cujo designer é chamado para criar declarações e composições autorreferenciadas.

Dentre os modelos propostos por Rock (2002), consideramos que o projeto de infográficos educacionais relaciona-se com o modelo de ilustradores autores, uma vez que este modelo orienta a geração de uma narrativa criativa. A produção de um infográfico deve prever a codificação de uma informação em uma imagem que pode ser complementada com texto, som, vídeo, etc. de acordo com a mídia de veiculação.

As proposições de Rock (2002) se aproximam da concepção do “professor como autor de infográficos” uma vez que o desenvolvimento desta peça gráfica envolve distintas metodologias (que não dizem respeito somente à execução de projetos em design, mas, também, a metodologias e práticas educativas que nortearão as decisões estéticas e de conteúdos na criação da peça).

Já no que diz respeito às declarações de Poyner (2003), ao refletir sobre a produção de um infográfico educacional, considera-se que o professor tenha domínio sobre o conteúdo, e, além de conhecer a informação, tem a capacidade de identificar a melhor forma de transmiti-la aos estudantes, criando as relações necessárias para compor o infográfico.

O termo infográfico tem origem no inglês *informational graphics*. No infográfico, a relação entre texto e imagem muda, pois ambos são complementares entre si. O infográfico é uma ferramenta capaz de decodificar uma informação complexa em uma sequência de dados, apresentados de modo visual e textual. Este dispositivo utiliza textos curtos que, associados a imagens, apresentam-se de forma eficaz e de rápida leitura. Pode ser analógico ou digital e em ambos os casos, apresenta-se como um veículo híbrido de transmissão de informação. Dependendo da mídia que será empregada para sua veiculação, o infográfico pode combinar texto, imagem, áudio, vídeo, etc. Enfim, é um mecanismo de informação que possui características do design persuasivo e do design para a educação (FRASCARA, 2006; MÓDOLO, 2007; PEÇAIBES; MEDEIROS, 2010; BOTTENTUIT JR. et al, 2011).

Devido às limitações tecnológicas, a transmissão de conteúdos se dava, basicamente, através de textos. Com o uso de computadores e *softwares* gráficos a criação de materiais mais ilustrados se torna possível. O desenvolvimento dos processos de impressão possibilita o amplo uso de cores, por exemplo. Dentro deste contexto, cria-se a linguagem da infografia, largamente utilizada nos meios de comunicação impressa. Seu diferencial reside no fato de ser um objeto de informação que pode ser lido em pouco tempo e, também, de ser autoexplicativo. A função da imagem no infográfico amplia o sentido de apenas ilustrar um conteúdo, sua funcionalidade reside na possibilidade de explicar, visualmente, o conteúdo que está sendo apresentado (MÓDOLO, 2007; PEÇAIBES; MEDEIROS, 2010).

Não existe um formato pré-definido de infográfico. Ele pode atuar como meio de transmissão da informação e, como fonte de pesquisa, pode organizar uma discussão, ou, ainda, pode atuar como estratégia pedagógica. O uso de infográficos na sala de aula explora questões criativas e de organização espacial buscando uma maneira de representar o conhecimento construído na escola (PEÇAIBES; MEDEIROS, 2010; BOTTENTUIT JR. et al, 2011).

Com o infográfico é possível representar informações de cunho técnico, mostrar como funcionam determinados mecanismos, apresentar estatísticas, etc. Seu diferencial está na forma como organiza este conteúdo, pois deve ser esteticamente atrativo, transmitir a informação rapidamente e buscar atingir um número maior de leitores. A composição gráfica não é apenas mais um elemento ilustrativo uma vez que, nos infográficos, ela atua como informação. Acreditamos que as imagens são os elementos mais comunicativos em qualquer veículo de informação e, com o uso da internet, cada vez mais o indivíduo se habitua a ler conteúdos de forma rápida e dinâmica (MÓDOLO, 2007; PEÇAIBES; MEDEIROS, 2010).

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa é organizada a partir do método qualitativo uma vez que envolve aspectos descritivos e subjetivos, cujas ideias e a construção do discurso se estruturam através dos apontamentos e contribuições da literatura acerca dos temas que permeiam o objeto de estudo: o design autoral e a infografia (CERVO, BERVIAN, 2002; GIL, 2002).

Buscamos identificar os pressupostos abordados na disciplina O Design Autoral a fim de identificar uma proposta cuja autoria envolvesse a prática docente em arte ou design. Pesquisamos uma metodologia de projeto em design que embasasse a produção de infográficos por educadores que, não necessariamente, tivessem formação em design. Após a análise de distintos métodos de produção autoral, consideramos a abordagem de Frascara (2006) a mais conveniente para o desenvolvimento do projeto. Organizamos um possível método para desenvolvimento de infográficos por educadores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para demonstrar a metodologia de construção de um infográfico utilizamos as etapas de desenvolvimento de projetos proposta por Frascara (2006), o qual organiza uma sequência de etapas a serem seguidas num projeto de design. No entanto, ressalta que estas etapas não são estanques em si, já que cada projeto possui suas particularidades. “Los métodos, más que una técnica mecánica, son ayudas estratégicas dirigidas a abreviar los tiempos y a mejorar la eficacia de los diversos pasos en el proceso de diseño. No están dirigidos a proporcionar soluciones pré-fabricadas” (FRASCARA, 2006, p. 94). Frascara divide o método em três etapas: a) Fase Analítica, b) Fase Criativa, c) Fase Executiva.

A primeira etapa a ser desenvolvida corresponde à Fase Analítica de encomenda do projeto. Deve-se identificar qual o conteúdo que será abordado na construção do infográfico buscando observar as possíveis relações a serem apresentadas. Em outras palavras, é necessário refletir sobre qual o objetivo do infográfico.

A Fase Criativa proposta por Frascara (2006) é responsável pelo desenvolvimento gráfico do objeto em questão. Destacamos que uma das particularidades dos infográficos é apresentar a informação de modo objetivo com

uso de imagens que se relacionam de forma complementar com o texto. As decisões de execução (uso ou não de *softwares* e quais, formatos, como o infográfico será apresentado ao estudante é definido nesta etapa).

À Fase Executiva compete a produção e aplicação das decisões tomadas nas etapas anteriores. Envolve também a apresentação do material aos estudantes bem como a sua avaliação, observando se a função do infográfico se deu de modo satisfatório.

4. CONCLUSÕES

Consideramos a produção de infográficos educacionais como uma prática que se aproxima do design autoral pelo fato do educador de arte atuar de modo semelhante ao designer, cujas funções a serem executadas partem da identificação da informação, da organização de sua hierarquia e da reflexão sobre as imagens que auxiliarão o estudante na compreensão do infográfico. Além disto, consideramos que as etapas de produção do infográfico poderão ser desenvolvidas por estes professores, que podem ou não contar com a participação de outros profissionais para executarem a proposta. Enfim, acreditamos que as etapas de produção sugeridas por Frascara (2006) podem auxiliar os educadores de arte a projetar um infográfico educacional.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOTTENTUIT JR, João Batista. LISBOA, Eliana Santana. COUTINHO, Clara Pereira. **O infográfico e as suas potencialidades educacionais**. In: IV Encontro Nacional de Hipertexto e Tecnologias Educacionais. Sorocaba, SP. 26 e 27 de setembro de 2011.

CERVO, A. L. & BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242 p.

FRASCARA, Jorge. **El diseño de comunicación**. Buenos Aires: Infinito, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MÓNDOLO, Cristiane Machado. **Infográficos: características, conceitos e princípios básicos**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste – Juiz de Fora – MG. 2007.

PEÇAIBES, Mariana. MEDEIROS, Ligia. **O dinamismo das apresentações visuais: infográficos aplicados à educação**. In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2010.

POYNOR, Rick. **No more rules: graphic design and postmodernism**. New Haven, Connecticut: Yale University Press, 2003.

ROCK, Michael. The designer as author. In: BIERUT, Michael; DRENTTEL, William; HELLER, Steven (Ed.). **Looking closer 4: critical writings on graphic design**. New York: Allworth Press, 2002. p. 237-244.