

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

Bibiana Pinheiro Ribeiro

**REPRESENTAÇÃO DAS MIGRAÇÕES PELO JORNALISMO:
ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NA INFOGRAFIA**

Santa Maria, RS
2019

Bibiana Pinheiro Ribeiro

**REPRESENTAÇÃO DAS MIGRAÇÕES PELO JORNALISMO:
ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NA INFOGRAFIA**

Projeto Experimental de Graduação
apresentado ao Departamento de Ciências da
Comunicação da Universidade Federal de
Santa Maria como requisito parcial para a
obtenção do grau de **Bacharel em
Comunicação Social - Jornalismo.**

Orientadora: Laura StrelowStorch

Santa Maria, RS
2019

Bibiana Pinheiro Ribeiro

**REPRESENTAÇÃO DAS MIGRAÇÕES PELO JORNALISMO:
ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NA INFOGRAFIA**

Projeto Experimental de Graduação
apresentado ao Departamento de Ciências da
Comunicação da Universidade Federal de
Santa Maria como requisito parcial para a
obtenção do grau de **Bacharel em
Comunicação Social - Jornalismo.**

Aprovado em 13 de dezembro de 2019:

Prof^a Dr^a Laura StrelowStorch (UFSM)
(Presidente/Orientador)

M^aNatháliaDrey Costa (UFSM)

KauaneAndressa Müller (UFSM)

Santa Maria, RS
2019

RESUMO

REPRESENTAÇÃO DAS MIGRAÇÕES PELO JORNALISMO: ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO NA INFOGRAFIA

AUTORA: Bibiana Pinheiro Ribeiro

ORIENTADORA: Laura StrelowStorch

A presente pesquisa tem como objetivo explorar estratégias de humanização na infografia como forma de responder a pergunta de pesquisa “Quais os limites e potencialidades na humanização da representação acerca das migrações em narrativas infográficas?”. Para tanto, é desenvolvido um projeto experimental com três etapas, a saber: Mapeamento de produtos infográficos; definição dos recursos potenciais e limitados do infográfico para tratar de temáticas com humanização; aplicações dos potenciais em testes. O produto faz um recorte temático acerca da migração venezuelana para o Brasil nos últimos três anos. O trabalho é desenvolvido no âmbito do Laboratório de Experimentação em Jornalismo (LEX,) com a colaboração de designers que integram a equipe de bolsistas. Os resultados alcançados do projeto experimental são as descrições das etapas do fazer e da experimentação.

Palavras-chave: Infografia; Migrações; Representação; Humanização; Venezuela.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. REFERÊNCIAS TEÓRICOS.....	9
2.1 REPRESENTAÇÕES MÍDIÁTICAS SOBRE MIGRAÇÃO.....	11
2.1.2 Apontamentos sobre migrações: alguns erros e possíveis caminhos.....	16
2.2. A HUMANIZAÇÃO COM FOCO NA ALTERIDADE	18
2.3 A INFOGRAFIA E SUAS CARACTERÍSTICAS	23
2.3.1 Debates do campo: o que é infografia	24
2.3.2 Estrutura e recursos do infográfico: o que é obrigação?	26
2.3.3 O trabalho dos jornalistas no desenvolvimento de infográficos	27
3. A CONSTRUÇÃO DE UM INFOGRÁFICO HUMANIZADO SOBRE A MIGRAÇÃO VENEZUELANA	30
3.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	31
3.2. PROCESSO DE PRODUÇÃO	32
3.2.1 Pré-produção	32
3.2.2 Produção	32
3.2.3 Desenvolvimento dos infográficos	35
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	38
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47

1. INTRODUÇÃO

O território brasileiro sempre recebeu, em diferentes momentos, pessoas de nacionalidades diversas, o que contribui para a presença constante de diferentes culturas. Ainda assim, o tema de migração é constantemente revivido pela mídia com estranhamento e alarde, principalmente, em episódios sociopolíticos de conflitos que acarretam em um aumento de fluxos migratórios.

Um exemplo recente de cobertura jornalística sobre migrações no Brasil pode ser verificado no caso específico da mobilidade venezuelana, que vem crescendo desde 2017. Conforme a Plataforma Regional de Coordenação para Refugiados e Imigrantes da Venezuela¹, até cinco de novembro de 2019, estima-se que 4.626,968 de venezuelanos saíram do seu país. Nestes dados, contabilizam-se migrantes, refugiados e requerentes de asilo venezuelanos relatados por 32 governos de acolhimento. São números que seguem a metodologia estatística de processamento de dados utilizada por cada governo. Como muitas fontes do governo não levam em conta os venezuelanos sem status regular de imigração, o número total provavelmente será maior.

Cada um carrega motivos diversos para migrar e tem experiências migratórias específicas, e esta característica é crucial para esse trabalho. Todavia, a maioria dos venezuelanos sai pela situação socioeconômica que a Venezuela se encontra. O governo tem problemas para oferecer serviços públicos básicos à população e seu sistema monetário está em colapso, com taxas de inflação que tem consequências incomensuráveis para os cidadãos.

Um dos fatores da crise, apontados pelos especialistas, é a centralidade do petróleo na economia, questão que acompanha historicamente o país. De 2004 a 2009 entraram na Venezuela 385.754 milhões de dólares em exportações de petróleo. Nesse período, o presidente Chávez pouco incentivou outros setores da economia.

Em 2014, a situação do petróleo no mercado internacional se alterou. Nos anos seguintes a situação só se agravou. Em 2017, os Estados Unidos aplicou sanções na Venezuela, proibindo que seus aliados comerciais negociassem petróleo com o país latino-americano. Em 2018, teve queda no mercado internacional do petróleo.

¹ Site disponível em: <<https://r4v.info/es/situations/platform>>. Acesso em: 17/11/ 2019.

Em meio a tanto, a população enfrenta a hiperinflação (todos os bens importados ou que tenham componentes importados na sua produção, sobem de preço, dando início a um processo inflacionário), resultado em um desabastecimento de produtos e comidas, redução do poder de compra da população e aumento da pobreza.

Fugindo disso, a partir de 2012, se intensificou a saída de venezuelanos para outros países. Entre eles, a Colômbia, Peru, Argentina, Chile e o Brasil. Aqui, o recente fluxo migratório venezuelano se iniciou em 2015 e ficou mais forte em 2017, à medida que a situação da Venezuela foi se agravando. Os dados apontam o Brasil como o quinto país que mais recebe venezuelano.

Na lógica dos fluxos migratórios e as leituras que a mídia faz desse fenômeno, que surgiu o problema de pesquisa deste trabalho. Isto ocorreu durante o período de Iniciação Científica do projeto de pesquisa “Comunicação em rede, práticas midiáticas e narrativas migrantes”, vinculado ao grupo de pesquisa “Comunicação em rede, identidades e cidadania”, do Departamento de Ciência da Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria.

Nos encontros com o grupo, leituras e discussões sobre migrações eram feitas. Em um deles, em meados de 2018, debatemos a infografia, através de um exemplo. A matéria analisada foi trazida por um dos integrantes do grupo. Se intitulava “O Brasil tem pouco imigrante”², do Portal UOL, com autoria de Lucas Borges Teixeira.

Em geral, a matéria tem como discussão os número de estrangeiros que se tem no Brasil, comparado a outros países. Utiliza-se de texto, foto e os infográficos para narrar o fato de que é baixa a taxa de imigrantes no país, mesmo com a vinda dos venezuelanos.

Resumidamente, o grupo salientou dois pontos ao analisar o infográfico: a quantificação do migrante por meio do uso de proporções visuais, passando uma ideia de que a ida e vinda de um grupo se resume em números; e a utilização do termo “exportar gente”, que levava a entender o migrante como uma mercadoria. A partir destes apontamentos, questionamos a potencialidade da infografia em contar histórias que não tenham somente a quantificação do migrante, mas que indicasse as complexidades da migração por meio da narrativa infográfica.

² Matéria publicada em 18 /08/2018. Disponível em: <<https://www.uol/noticias/especiais/imigrantes-brasil-venezuelanos-refugiados-media-mundial.htm>>. Acesso em 26/08/ 2019.

As críticas do grupo de pesquisa estão embasadas/relacionadas ao que Van Dijk (1997) sinaliza como “Baile das Cifras”, uma representação constante das migrações na mídia por meio de chegadas e partidas. De forma a despersonalizar o migrante e sua experiência diáspora, e transformá-la em processos estatísticos.

Frente a essa característica, apontou-se a limitação que esta abordagem estatística de dados duros fomenta nas representações dos migrantes e sua humanização. Inclusive, entendendo que o infográfico seria um local para a explanação desses dados; e se tratando de suas limitações fixas, não teria espaço para humanizá-los.

Isso foi concluído a partir do que se entende como infografia - uma construção narrativa para a compreensão de um fenômeno específico em que a imagem e o texto são indissociáveis. “Aplica-se em um acontecimento jornalístico, no funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional” (TEIXEIRA, 2009, p.4). Mais especificamente, um infográfico é uma unidade de comunicação autônoma. Ele “compõe uma interpretação de dados quantitativos, espaciais, narrativos e/ou cronológicos, contextualizados visualmente através da integração de texto, imagens e/ou formas” (CARVALHO, ARAGÃO, 2012, p. 166).

Diante dessas características, o especialista em visualização de dados, Alberto Cairo, posiciona-se quanto ao infográfico e humanização, reforçando a visão do grupo de pesquisa. Ele é jornalista, designer e presidente de jornalismo visual da Escola de Comunicação da Universidade de Miami (UM). Ele também atuou como chefe de gráficos de informação em publicações de mídia na Espanha e no Brasil e publicou livros didáticos sobre visualização de dados. Este profissional e pesquisador, em uma entrevista³ para o jornal multimídia JornalismoPortoNet (JPN), declarou que nem todas as histórias podem ser contadas em uma linguagem infográfica, e explica:

Não se pode contar uma história com interesse humano através de uma infografia. No caso do acidente de metrô que houve em Valência onde morreram 42 pessoas, a infografia não permite contar como as famílias das vítimas experimentaram a tragédia. Por outro lado, a infografia é muito melhor para explicar por que é que o comboio descarrilou, por que chocou, onde chocou, quanta gente morreu, quanta gente está viva. A

³ Matéria publicada em 1/07/2006. Disponível em: <<https://jpn.up.pt/2006/07/11/infografia-nao-e-uma-linguagem-do-futuro-e-do-presente/>>. Acesso em 17/11/2019.

infografia é muito melhor para transmitir os dados frios, os dados duros (Jornalismo Porto Net, 2006).

Considerando o contexto apresentado, resolvemos colocar essas compreensões à prova. Para isso, destacamos 3 conceitos centrais: a infografia como formato jornalístico, a humanização como recurso narrativo e a migração venezuelana como acontecimento jornalístico. Leva-se em conta que, durante o estado da arte, as poucas produções teóricas mapeadas, falam de trabalhos que estão em campos próprios e nenhum deles uniu todas as temáticas que aqui estão sendo desenvolvidas.

Através de um projeto experimental desenvolvido no Laboratório de Experimentação em Jornalismo (LEX), buscaremos contribuir com o campo jornalístico, aplicando as linhas fundamentais dos métodos experimentais em ciência. “El experimento es la experiencia científica en que se provoca deliberadamente algún cambio y se observa e interpreta su resultado con alguna finalidad cognoscitiva” (GUTIÉRRES ARANZETA, 2006, p.28). O desenvolvimento da experimentação baseia-se em testar a validade da pressuposição de que a infografia não se presta para a humanização da narrativa sobre migrações. E para isso, partimos dos conceitos teóricos da infografia, da humanização e dos estudos sobre migrações; partimos também das delimitações técnicas da infografia e do jornalismo; para então construir um exercício experimental em que tentamos produzir uma infografia humanizada sobre migrações. É necessário para este trabalho constar as etapas do fazer e descrever a experimentação, ou seja, os limites e potencialidades é que são os resultados.

Diante disso, temos como questão central: “Quais os limites e potencialidades na humanização da representação acerca das migrações em narrativas infográficas?”. Para respondê-la, temos como objetivo geral explorar estratégias de humanização em um exercício jornalístico baseado na infografia. Para alcançar esta meta, construímos três objetivos específicos. Etapas em que cada uma colabora com o desenvolvimento da próxima. A primeira delas consiste em mapear exemplos de infográficos com o objetivo de buscar padrões para tratar de temáticas com humanização. De forma que se estabeleça, a partir das produções que já existem, a definição dos recursos potenciais e limitados do infográfico para tratar de temáticas com humanização. Para, em sequência, aplicar os recursos potenciais em um teste.

Quanto a humanização, este trabalho entende que os dados duros podem ser trabalhados para sensibilizar. Assim, parte do ponto de que os números podem ser usados

de diferentes maneiras e podem ser formuladas outras perguntas, além das convencionais. O exercício seria entender “como fazer melhores perguntas para os números” para assim trazer narrativas humanizadas e sensíveis. Isto perpassa, o recorte dos números que se está buscando durante o processo de apuração; como tratá-los e entendê-los dentro do seu contexto.

Por fim, o trabalho se organiza, primeiramente, para discutir as representações acerca das migrações na mídia, focando em uma das questões centrais, que é quantificação. No próximo capítulo, se discute os mecanismos de humanização que o trabalho acredita ser necessários para humanizar as narrativas. O capítulo três explora as características da infografia no jornalismo. E o último capítulo apresenta o relatório de experimentação, no qual consta os processos e impressões durante a experimentação.

2. REFERÊNCIAS TEÓRICAS

O presente trabalho dedicou-se, primeiramente, a mapear produções científicas que falassem da humanização de narrativas infográficas jornalísticas sobre migrações. Como não foi encontrado, procurou-se em cada um dos nichos - infografia jornalística, humanização da narrativa e representações da migração na mídia - para construir a discussão teórica.

Será discutido, no primeiro momento, sobre as representações das migrações. Esse debate será feito, principalmente, com os autores: Van Dijk, Maria Badet, Denise Cogo e Roberto Marinucci. E outros do campo dos estudos culturais. Na parte sobre humanização debatemos acerca da percepção de Fernando Resende sobre a construção do “outro” na narrativa jornalística e a necessidade de gerar comunicabilidade levando em consideração as diferenças das pessoas (alteridade). Além disso, usou-se do escopo teórico de Pedro Ijuim para entender o que seria uma narrativa humanizada e não humanizada, com trechos do seu corpus de análise. Ademais, há uma discussão sobre a aplicação da antropologia no jornalismo com Cláudia Lago.

Posteriormente, temos o que seria infografia por diferentes concepções. Utilizamos Alberto Cairo, Tatiana Teixeira, Rodrigo Lorenzi, Juliana Carvalho e Isabella Aragão, William Cordeiro, Leonardo Mancini e Fabio Vasconcellos, Elizabeth Rocha para tecer

uma rede de discussões sobre o formato da infografia. Incluímos as diferenças no entendimento do que seriam o infográfico, seus estágios, como o formato é utilizado e as percepções sobre o jornalista desenvolvendo esse formato.

2.1 REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS SOBRE AS MIGRAÇÕES

Neste momento, discutiremos a construção do “outro” por meio da alteridade nos discursos midiáticos. Isto é relevante se tratando do tema das migrações, pois o migrante é considerado o “diferente” em questões de aparência, cultura, costumes, entre outros. Retratar-los, levando em consideração isso, é emblemático no campo da comunicação e merece espaço na presente discussão. Após, discutiremos as representações das migrações que são cruciais para o que se propõe debater. Exemplo disso é como, muitas vezes, a abordagem da mídia sobre as migrações vai pelo viés da quantificação, resumida a números. Também trazemos uma discussão mais geral das representações.

Para tanto, é necessário partimos do que Sayad (2019) entende como migração. Para ele, este é um “fato social completo”, pois além de ser um deslocamento de pessoas no espaço físico, envolve um espaço qualificado que permeia sociedade, economia, política, cultura, entre outros. Ou seja, quando se fala de migrações, se está falando da sociedade como um todo.

Se tratando do termo que iremos utilizar para nos referir a mobilidade de pessoas, nos baseamos em Cogo e Badet (2013), que mesmo com termos específicos para a entrada de migrantes – imigração – e para a saída – emigração, prefere utilizar a expressão “migração” para os dois casos, pois possibilita “ênfatizar as dimensões múltiplas tanto de movimento, trânsito e fluidez, quanto de temporalidades e motivações que marcam as migrações contemporâneas e que podem variar em função de diferentes fatores políticos, econômicos e sociais” (COGO, BADET, p.43, 2013).

Desta forma, entende-se que a palavra migrações contempla o que seria a imigração e emigração. Se tratando, assim, de sinônimos. Frente a isso, esse trabalho também utiliza os termos “migrações/migrantes”. E, utilizaremos da expressão “migrações transnacionais” para nos referir a migração entre países, além de suas fronteiras. Esta expressão é importante para o trabalho, pois trataremos da migração venezuelana para o Brasil, ou seja, transnacional.

A recente migração Venezuela envolve múltiplas questões - psicológicas, sociolinguísticas, legais, estruturais, econômicas, entre outras, envolvidas. Logo, entendemos que a migração é um movimento que carrega muitas esferas simbólicas, para além da mobilidade humana. Há a necessidade de visualizar o desafio que é, para a mídia, representar estas questões durante suas produções. Quem está nesse cenário é o campo do jornalismo, pois este recebe a tarefa de produzir saber acerca dos acontecimentos do mundo.

Pelo desejo e pelo poder, revestidos da vontade de verdade, os discursos jornalísticos tornam-se expressões máximas do que é verdadeiro; e é com eles, vale dizer, que construímos os nossos modos de compreender e ver o mundo, visões que tecem nossa percepção do outro e nossa maneira de lidar com o diferente ou o semelhante. (Resende, 2007, p.3)

As percepções sobre o “outro” são evidenciadas quando ocorre a aceleração de um fluxo migratório, pois, para Mezzadra (2012), o universo das migrações é um extraordinário laboratório de produção de diferença. Isto ocorre no momento em que sujeitos com diferentes costumes, modos de pensar e se relacionar, vivem no mesmo espaço - local, regional, nacional. É a partir destes conflitos, que podemos analisar como lidamos com as diferenças do “outro” e como as retratamos midiaticamente. Atentar-se a isto é crucial para esta pesquisa, pois para humanizar os sujeitos, é necessário que se leve em conta suas diferenças e singularidades.

Para Elhajji (2016, p.2), “a essência do sujeito migrante reside antes de tudo, na estrangeiridade e estranheza por ele encarnadas”. Por assim dizer, é a diferença, a alteridade e a externalidade deste migrante que faz com que a sociedade o compreenda como diferente, pois foge dos costumes ditos compartilhados pelos nacionais. Este jogo de posições é binário - a maioria é vista como ‘normalidade’, e os migrantes são entendidos como minorias. Appadurai (2009) acredita que é por meio dos conceitos de minoria e maioria, que podemos entender as formas de construção do “nós/eles” da teoria sociológica elementar.

Esta teoria entende que há uma construção simbólica através da diferença. De forma que, não existiria um “nós” sem haver um “eles”, sendo que o primeiro é condicionado no segundo. Partindo da relação de binariedade de maioria e minoria, podemos entender que deve haver a minoria e seu contraste de identidade com a maioria para delimitar quem são “eles”, e quem deve ser o “nós”. “A presença do estrangeiro/ migrante nos obriga a mostrar a nossa verdadeira natureza e revelar nosso modo verdadeiro de encarar o mundo em sua

alteridade” (ELHAJJI, 2016, p.3). Sendo assim, é vital nesse trabalho entendermos o modo de representação do “outro”, perpassando as formas de enunciá-los principalmente na mídia.

Segundo Denise Cogo (2013), o imaginário midiático é um dos fatores preponderantes na construção da alteridade migratória. Ela indica visões e práticas discursivas presentes na mídia brasileira em torno das migrações, salientando a forma como ocorre a universalização da categoria “imigrante”, e o uso de outras terminologias baseadas nas nações, regiões, os continentes ou mesmo a cor da pele, e, até, nomeações étnicas igualmente genéricas para se referir a eles, como latino-americanos, caribenhos, asiáticos, paquistaneses, coreanos, bolivianos, brasileiros, brancos, negros, entre outros.

Esta tática de identificação do “outro” por traços que caracterizam um grupo, ou seja, pelo mecanismo de estereótipo, tem como consequência um esvaziamento do pluralismo cultural. Cogo (2002, p. 20) entende que isso “favorece o apagamento ou diluição de outras posições identitárias, como as de classe, gênero, idade, religiosidade, entre outros, que compõem e dinamizam essas trajetórias”.

De certa maneira, o montante que forma um ser humano (sua história, gostos, trajetória, escolhas de vida), suas singularidades, são engolidas por uma única característica e traço que carregam durante a migração. Os estereótipos podem ser produzidos pela indústria cultural com filmes, músicas, eventos, campanhas; como também, podem ser construídos politicamente, por meio de eventos culturais, por uma cobertura jornalística. De forma geral, Cogo (2002) aponta a questão da simplificação das relações com o “outro” e sua representação levando em conta pré-conceitos que podem vir de muitos lugares, mas que a mídia reverbera ou cria. Esta característica é marcante nas representações das migrações.

Com isso, surge a necessidade de discutir estas questões como forma de tencionar, mesmo que minimamente a discussão sobre o papel da mídia nos olhares direcionados ao “outro”. Para isso, utilizaremos a questão que o autor HomiBhabha (2012, p.107) apresenta como crucial: “a necessidade de questionar o modo de representação da alteridade”. E a partir disso, nos debruçamos a discutir a alteridade na prática jornalística, nos atentemos a representação do “outro”, e o próprio valor da representação, pois esta pode trazer benefícios, ou não, para os representados.

Para tanto, não se pode negar que há variações inacabáveis de representações que dizem respeito às migrações que poderiam ser citadas. Pontualmente, vamos refletir a

seguir algumas representações que são pontuais para o trabalho como a quantificação, e abordar um manual para a cobertura das migrações .

2.1.1. Não são apenas números

Uma das problemáticas centrais deste trabalho de conclusão de curso é a abordagem quantificada que a mídia aciona no tema das migrações. Mais profundamente, o formato que foi escolhido para aplicar o projeto experimental - infográfico - se apresenta como desafiador. Na medida em que, na fase de mapeamento de infográficos já produzidos, encontramos exemplos em que, majoritariamente, a construção da narrativa está baseada nas cifras. Portanto, concluímos que a lógica de produção segue um padrão, e este trabalho de experimentação busca problematizá-lo.

As cifras suscitam a forma como se constrói a narrativa migratória no jornalismo. O autor que analisa isso é Teun van Dijk, que desenvolveu um conjunto de estudos sobre racismo e meios de comunicação nos anos de 1980 e 1990, é um dos principais pensadores a diagnosticar essa característica. No seu estudo (1997), enfatizou as representações das minorias étnicas constituídas de imigrantes na mídia impressa dos Países Baixos, da Grã-Bretanha e dos Estados Unidos.

Entre as várias conclusões das pesquisas de Van Dijk (1997), destacamos a forma como as experiências da vida cotidiana, os papéis não estereotipados e as contribuições das minorias no campo das artes, políticas e da economia são subvalorizadas. Como também, o uso da perspectiva de “criminalização” das experiências imigratórias no agendamento midiático das sociedades que o autor estudou.

O que nos interessa do trabalho do Van Dijk (1997) é o que ele entende como “baile das cifras” - o uso de cifras como dispositivos retóricos recorrentes na cobertura sobre a imigração no campo midiático.

Pelo "baile das cifras", a vivência da imigração, suas consequências e repercussões sociais são aferidas, pela mídia brasileira, via registros estatísticos, índices comparativos, taxas de mercado, variações anuais, etc., contribuindo para a construção de um enquadramento objetivo e conclusivo da experiência imigratória. Esta quantificação da imigração acaba contribuindo, em grande medida, para o predomínio de uma perspectiva econômica na compreensão do fenômeno e para uma redução de ofertas de leitura que dizem respeito à imigração como experiência sociocultural. (Van Dijk, 1997 apud Cogo, 2002, p.21-22)

O autor atribui essas características, em grande parte, ao predomínio das fontes oficiais convocadas a falar sobre a imigração. Nesse sentido, “a visibilidade das

subjetividades envolvidas na experiência da imigração, dos imigrantes de "carne e osso" dá lugar aos porta-vozes oficiais, representados por policiais, autoridades de imigração, diplomatas, ministros, políticos e acadêmicos” (Van Dijk, 1997 apud Cogo, 2002, p.23).

Em um posicionamento mais radical sobre a quantificação da migração, Marinucci (2019) entende que é necessário entendermos este fenômeno pela perspectiva psicossocial. Evitando, de toda maneira, o reducionismo a números e dados estatísticos, “pois “os” migrantes, “os” estrangeiros e “os” refugiados são sujeitos concretos com suas biografias singulares, trajetórias existenciais específicas, recursos materiais, simbólicos e sociais peculiares” (MARINUCCI, 2019, p.7).

O olhar psicossocial mira as continuidades e, ao mesmo tempo, as especificidades da trajetória de cada ser humano em mobilidade. Buscando as subjetividades inscritas na sua história, seus afetos, emoções, traumas e esperanças.

Isto perpassa por entender que o ato de migrar implica mudanças no “eu” interior. Ainda mais profundamente quando se está no lugar do refugiado. A abordagem psicossocial se apropria deste pensamento para sair do lugar que a coletividade de forma abstrata, uniforme e padronizada, e se colocar como observador das peculiaridades dos agentes migrantes.

Diante da perspectiva psicossocial de Marinucci (2019) e da avaliação da construção midiática de Van Dijk (1997), nos posicionamos quanto a utilização dos números, mas de forma a contar, através deles, as subjetividades e as singulares do ato de migrar. Para tanto, temos a necessidade de manipulá-los de forma que possam construir narrativas humanizadas, nos desvinculando da ideia de que os números só podem ser usados para demonstrar os fluxos migratórios, construindo um valor econômico sobre o tema. Essa mudança parte, principalmente, do olhar dos comunicólogos que estão desenvolvendo um material midiático sobre migrações, no caso do trabalho, os jornalistas.

De toda forma, os números são importantes, pois dialogam com o “valor de verdade” do jornalismo, o qual Charaudeau (2006) entende como uma forma de vincular veracidade ao discurso da mídia - valor crucial para manter o contrato social que se concretiza entre a mídia e a sociedade.

Nas mídias, os procedimentos que permitem atingir essa forma de verdade são os que dependem da **demonstração**, cujos meios são diversos: uns se obtêm pela análise (apelando, por exemplo, para especialistas ou peritos que podem trazer provas científicas ou técnicas), outros através de uma investigação, outros ainda através unicamente do

poder demonstrativo da imagem em sua função de visualização do que não se vê. É preciso que, ao término da demonstração, a mídia possa dizer: “Eis por que isso aconteceu assim” (CHARAUDEAU, p. 90, 2006) **(grifo nosso)**.

Portanto, os números podem ser uma forma de demonstrar o domínio da verdade, ou seja, assegurar a validade do que se está enunciando. A questão central é utilizá-los de forma a evidenciar o valor humano na narrativa.

2.1.2 Apontamentos sobre migrações: alguns erros e possíveis caminhos

Outra obra que pode nos ajudar a refletir sobre é o Guia de migrações transnacionais, de Cogo e Badet (2013), que indica alguns cuidados que os meios de comunicação devem ter com o tema. A partir dele, podemos entender algumas representações que ocorrem na mídia. Diante de alguns problemas/lacunas que aparecem na cobertura das migrações, as autoras recomendam uma série de alternativas. Evidencia-se a forma como se trata as migrações.

Para elas, a migração deve ser encarada como um tema e não como problema, enfatizando o cotidiano e a contribuição cultural dos migrantes. O contrário a isso faz com que os migrantes sejam vistos como pessoas indesejáveis para o país que os recebe. Sendo que as autoras indicam que há benefícios à sociedade e que estes devem ser evidenciados, mas sem folclorizar suas culturas de origem quando retratá-las.

Recomenda-se narrar histórias de vidas dos migrantes, e para isso, necessário ouvi-los, não somente as instituições governamentais envolvidas. Outra questão, é utilizar migrantes como fontes na abordagem não apenas de temáticas que tenham vinculação direta, mas em todas as que sejam de interesse dos cidadãos em geral. Além de trabalhar para o pluralismo de fontes, inclusive nas questões de gênero. Visto esses apontamentos, entendemos que a mídia não procura os migrantes para falar sobre sua própria situação e em outros momentos. Consequentemente, há uma falta de representação.

Outras características apontadas por Cogo e Banet (2013), se referem à representação. A autora diz para não simplificar e generalizar características de grupos étnicos e migratórios. Este aspecto é pontuado quando se refere a países africanos, que, muitas vezes, são tratados genericamente. Para além, é necessário não criar alarmismo em relação a chegada de determinados fluxos migratórios.

Em geral, Cogo e Banet(2013) indica a necessidade de contextualizar as situações retratadas, procurar ouvir migrantes, cuidar os termos que os criminalizem ou

estigmatizem. A partir destas indicações podemos observar que a mídia, se tratando do tema, suscita representações que devem ser revistas, e que cuidados devem ser tomados. O Guia também indica algumas questões e abordagens comuns na mídia se tratando de determinadas nacionalidades. As autoras trabalham no sentido de indicar possibilidades que saem desses lugares comuns para ampliar o conhecimento sobre esses migrantes e suas experiências, movimento que atinge as representações midiáticas desse grupo. A seguir, será discutido a humanização e o “outro” migrante.

2.2. A HUMANIZAÇÃO COM FOCO NA ALTERIDADE

Há uma diversidade de meios através dos quais se pode narrar os acontecimentos, e o jornalismo assume um papel de destaque, pois é um lugar de onde se tece a vida do outro. A partir disso, suscitamos dinâmicas desse “lugar”, que podem interferir na construção de uma narrativa humanizada. Para pensá-las, levamos em consideração o trabalho do jornalista em relação ao “outro”. Discutindo também, como esse agente social narra os conflitos com o diferente, e como isso é importante para a humanização.

Após essa breve apresentação, nos direcionamos para os estudos de Boa Ventura de Souza Santos. Suas reflexões sobre entender o “outro” partem da lógica do pensamento moderno ocidental, que dita à forma como vamos entender a realidade social. Para isso, ele utiliza a expressão “pensamento abissal”, e é a partir dela que consegue nos mostrar muitos dos mecanismos de invisibilidade da sociedade. Santos (2007) o determina como um sistema, no qual as distinções invisíveis são separadas em dois universos: o “deste lado da linha” e o “do outro lado da linha”.

“A divisão é tal que ‘o outro lado da linha’ desaparece como realidade, torna-se inexistente e é mesmo produzido como inexistente. Inexistência significa não existir sob qualquer modo de ser relevante ou compreensível” (SANTOS, 2007, 71). Resultando na incapacidade de termos a presença das duas linhas ao mesmo tempo. Desta forma, se a comunicação é um ato de diálogo constante com o “outro”, como iremos fazê-lo se creiamos que esse “outro” não existe?

Se encararmos “o outro” como algo considerado diferente do que nós nos conhecemos e da forma como nos manifestamos, o colocamos no “outro lado da linha”. Não haverá diálogo e por assim dizer, não estaremos nos comunicando com estes, muito menos os entendendo. No campo da comunicação, este movimento implica na invisibilidade do “outro” nas práticas comunicativas. Resultando em grupos à margem, falta de representações reais dos personagens e dos espaços que circulam. Esse circuito faz parte da lógica da classificação social, na qual Santos (2007) entende que se assenta na naturalização das diferenças e, assim, desrespeita e não reconhece o outro, o diferente. E não fazê-lo, desumaniza.

Primeiramente, nos atentemos a problemática que Ijuim (2011) sobre o termo “jornalismo humanizado”. Os que são contrários ao uso do termo, dizem ser impossível desvincular o jornalismo da humanidade, sendo ele feito a partir da capacidade humana de comunicar. A partir da leitura do legado dos pensamentos do século XIX e XX para a

imprensa, o autor expõe os argumentos que utiliza para defender o uso do termo em discussão, pois crê que há momentos onde o jornalismo **não é humanizador**:

Parece ser irrefutável afirmar que o jornalismo é desenvolvido graças à exclusiva capacidade humana de criar sistemas de comunicação. Da mesma forma, parece indiscutível que o jornalismo, como um desses sistemas desenvolvidos pelo homem, visa o seu próprio benefício. E o jornalismo, como foi sistematizado, sobretudo a partir da modernidade, incorpora os influxos humanizadores desse pensamento moderno, o que lhe proporciona a oportunidade de operar no processo de humanização da sociedade. Mais, uma vez, vale a complexificação do questionamento inicial: – Todos os preceitos da Modernidade repercutiram de maneira humanizada na sociedade? E, por isso mesmo, todo jornalismo é humanista, ou humanizador? (IJUIM, 2011, p.4).

Ao refletir sobre a desumanização nas narrativas, atenta-se em alguns princípios da vertente do Humanismo Universalista que diz: são “as crenças nas verdades absolutas; sede de poder; intolerância; recusa e a ignorância pela cultura do outro; desrespeito ao diferente e às diferenças”, que fazem parte da desumanização (IJUIM, 2011, p.7).

Ijuim (2011, p.9) explora a hipótese de que o problema está na concepção da pauta, pois “já estava imbuída de propósitos, convicções, certezas, crenças com raízes profundas”. As representações negativas são recorrentemente alimentadas e, por consequência, intensificam a intolerância e o desrespeito ao diferente.

Assim, partindo das reflexões de Ijuim (2011) sobre o **jornalismo humanizado**, procura-se desenvolver o produto experimental:

O jornalismo humanizado produz narrativas em que o ser humano é o ponto de partida e de chegada, o que supõe que este fazer começa antes da pauta, na consciência do ser jornalista. Em seu trabalho de apuração, busca versões verdadeiras e não, necessariamente, produz a verdade, pois o repórter não se relaciona com um objeto de conhecimento, mas com outros seres humanos envolvidos no processo comunicativo. Dessa forma, sua busca envolve a compreensão das ações dos sujeitos da comunicação – é a expressão dos sentidos da consciência. Na procura da essência dos fenômenos, atribui-lhe significados, os sentidos, para proporcionar ao público, mais que a explicação, a compreensão das ações humanas. (IJUIM, 2011, p. 17)

Após entender esse cenário, entendemos que sendo a narrativa um portal que se extrai sentidos sobre o mundo e seus conflitos e brigas por e entre poderes. “Pensar, (re) conhecer e analisar as narrativas jornalísticas à luz de sua tessitura pode ser um caminho tanto para se conhecer o jornalismo quanto o seu próprio fazer” (RESENDE, 2009, p.35).

Um dos dilemas éticos que atravessa todos os objetos que se incubem da função de falar do outro, diz respeito aos modos de representar este outro na sua diferença. Assim, se nos é caro pensar como tornar possível que o

outro seja visto para além do que os nossos olhos reconhecem como “familiar” (RESENDE, p.4, 2009).

Assim, de maneira mínima, se responsabilizar e se disponibilizar em ouvir o que os fatos e o que as fontes estão apresentando, são fatores cruciais para o trabalho no jornalismo. Tentando ao máximo desvincular-se do senso comum, pré-conceitos e primeiras impressões. E, lançar-se ao “encontro do outro” é, de alguma forma, ter conhecimento sobre o quanto as diferenças geradas através do discurso podem se transformar em estereótipos. Ijuim (2017), diz que são várias as motivações de ordem socioculturais colaboram para a discriminação destes e de outros grupos sociais.

A imigração nada mais é que a mobilidade de agentes que transitam de um lugar para outro modificando, de alguma forma, as esferas envolvidas - o lugar que saiu e que chegou. O impacto da chegada de migrantes implica em conflitos como divergências de posicionamentos políticos, religiosos, econômicos. E o fazer jornalístico teria que estar atento para mostrar esses embates de sentidos, como também, levá-los em conta ao desenvolver uma pauta. Desta maneira, entendemos que uma peça infografia jornalística também deveria cumprir tais requisitos.

Quando não se consegue transmitir o contexto que a história está sendo contada e a complexidade de fatores que estão em torno dela, culpam-se outras variáveis que não só o jornalista, mas sim, ao campo e suas práticas pré-delimitadas. Resende (2004, p.6) elucida essa característica no seguinte trecho: “Na prática jornalística, os profissionais veem-se, muitas vezes, fadados a narrar o óbvio e/ou o superficial — para serem pragmáticos, claros e objetivos”. Além disso, a imprensa constitui critérios de noticiabilidade que privilegiam o imediato em detrimento da reflexão sobre a complexidade das questões sociais.

Podemos citar a imparcialidade e objetividade, a “restrição de tempo” e a “rotina acelerada”, lógicas “ocultas” que determinam modelos e práticas comunicativas. A objetividade é um dos valores mais demarcatórios do campo do jornalismo, principalmente, falando de números. Estes recebem grande credibilidade no campo.

A infografia jornalística é um formato no qual os números estão constantemente presentes em suas narrativas. Para nós, os números importam sim, mas não é tudo. Trata-se de entender quem são as pessoas envolvidas, como vivem, mas também suas aspirações, tudo sem estigmas, sem perguntas óbvias para respostas previsíveis. De forma a levar em conta o fenômeno social que há por trás dos acontecimentos.

Quanto a isto, Lago (2014) entende que a formação do jornalista, que é, prioritariamente, junto às camadas médias e altas, faz com que se carreguem costumes e crenças da classe durante sua prática jornalística. O desafio é se despir dos preceitos na leitura do real. E, para isso, a autora indica a antropologia como ponto de partida.

Em sua discussão interseccional, Lago (2014) mapeia pontos em comuns entre jornalismo e antropologia: ambos colocam a possibilidade de construir narrativas sobre a alteridade. Para isso, cada qual com suas especificidades, utilizam de informantes e fontes para darem-lhes informações confiáveis sobre o que estão observando; se servem da observação e do discurso para suas investigações; e interferem nas relações que retratam. E, principalmente, precisam trabalhar dentro de uma relação dialética de aproximação e distanciamento do que tentam retratar. Para além dos encontros, há divergências, principalmente, em suas essências. “Enquanto a antropologia se coloca a necessidade de apreender, compreender e acolher o Outro, o jornalismo opera no sentido inverso” (Lago, 2014, p. 182).

Podemos observar claramente as diferenças entre as abordagens sobre o “outro” quando a autora disserta sobre as reflexões do trabalho de campo na antropologia, momento em que o antropólogo e o “nativo” ficam frente a frente: enquanto a antropologia reflete sobre os dilemas, dinâmicas de poder e de conflito inerentes a esse momento, o jornalismo “é um lugar em que o “outro” está dado e construído a priori dentro de estereótipos bastante claros: ou criminalizado (no mais das vezes) ou *glamourizado* em narrativas que o percebem descontextualizado” (LAGO, 2014, p.181).

Para Lago (2014, p.183), o jornalismo escolhe como referência a macroestrutura e as fontes que a ela se relacionam, com foco em “de longe e de fora”. Estas escolhas excluem a possibilidade de abordar perspectivas “de perto e de dentro”, implicando na desqualificação e invisibilidade do “outro”. Já a antropologia, com sua capacidade de incorporar atores e suas práticas sociais, podem contribuir para introduzir outros pontos de vista. A autora entende que para o jornalismo se aproximar da abordagem “de perto e de dentro”, implicaria em:

Descentrar o olhar constituído torná-lo permeável a pontos de vista, ângulos, vivências, à possibilidade de ser afetado pelo Outro, em vez de tentar percebê-lo pelas atuais gramáticas normativas que figuram nos manuais e dentro das redações (salvo raríssimas exceções) (LAGO, 2014, p.183).

O novo pensamento perpassa a necessidade de entender que o jornalismo não tem estrutura para “apreender e acolher o outro em toda sua alteridade, sem reducionismo e estereótipos” (Lago, 2014, p. 184). Esta restrição se deve à lógica da rotina de trabalho e do jornalista. Um apontamento para tal emblema é fomentar que as reflexões sobre antropologia que tratam do contato com o “outro” façam parte da construção do profissional de jornalismo.

Ao analisar os apontamentos de Lago (2014), podemos identificar o quanto o jornalismo e a antropologia estão distantes, pois têm dinâmicas de tempo e aprofundamento diferentes. Assim, conseguimos enxergar ganhos quando podemos anexar algumas lógicas da antropologia dentro do campo do jornalismo. Para tanto, Ijuim (2017, p.239) dá algumas pistas no exercício de “retratar histórias, nas quais os números são constituídos por pessoas que têm nome, endereço, carteira identidade e histórias de vida”, como um dos possíveis modos de criar nexos entre o que se expõe a divulgar e a maior identificação com a audiência.

Para isso, surge a seguinte pergunta: Quais fatos, e os modos que eles serão apresentados, vão ser melhor entendíveis e identificados por quem irá consumir o produto midiático? Fazendo uma leitura entre o cenário que irá ser narrado e o que lerá essa história - o “caso” e o “público”. Ao tentando responder essas perguntas que será desenvolvido os infográficos jornalísticos. Logo, abordaremos a área da infografia e suas especificidades. Veja a seguir.

2.3 A INFOGRAFIA E SUAS CARACTERÍSTICAS

Para Longui e Cordeiro (2018), o infográfico atrai o público, pois tem a potencialidade de traduzir temas profundos em uma linguagem de fácil entendimento, explorando a visualidade e fomentando um engajamento do público. A infografia tem a missão de nos trazer informações visuais que nos levam a conhecimentos incríveis através da arte e da informação (TEIXEIRA, 2010, p.9). Os infográficos são muito recorrentes na área, pois “tem a imensa capacidade de recurso em tornar aparente e visível o que está por trás das coisas” (ROCHA, 2013, p.44) - a autora se refere, por exemplo, ao uso da infografia para narrar processos e reconstruir cenas para mostrar as coisas de forma transparente.

Utiliza-se também como forma de “levar o leitor a lugares nunca antes atingidos ou que raramente alguém teria a oportunidade de estar, seja pela dificuldade de acesso, por falta de recursos tecnológicos, monetários, seja pela impossibilidade de voltar no tempo” (ROCHA, 2013, p.37). Esta característica, em especial, é cara ao trabalho desenvolvido, pois contará a experiência de uma enfermeira no atendimento aos migrantes venezuelanos, como forma de narrar o que vivenciou e o cenário/situação em que os migrantes venezuelanos estavam através da perspectiva dela. Mecanismo de aproximar, pela narrativa, o leitor ao contexto.

A narrativa infográfica pode ser definida como capaz de proporcionar a contextualização em profundidade – ou seja, com maior ênfase no particular – de um acontecimento ou de aspectos específicos de um tema da atualidade, abordando-os a partir do viés histórico, político e/ou social, e oferecendo ao leitor um tipo de conhecimento mais complexo acerca daquilo que aborda. A qualidade desta informação está diretamente relacionada à escolha das fontes, à capacidade de seleção de informações e ao tipo de narrativa adotado (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Esse fator vai ao encontro deste trabalho, pois acreditamos que o processo de contextualização dos fatos, é uma forma de humanizar a narrativa, por meio do contar as várias esferas de uma história. Esta é uma questão de destaque na experiência da produção do infográfico. Especificamente, na parte da contextualização da crise venezuelana. O objetivo era sair da superficialidade para explicar os motivos. Consistiu: 1º) por tentar entender os motivos, 2º) para apurar os dados, 3º) lê-los, 4º) mostrar na estrutura do infográfico.

Rocha (2013, p. 45) ainda nos esclarece momentos, na prática, em que o infográfico pode ser usado: “Na elaboração de uma matéria jornalística, por exemplo, quando um texto tem informação não narrativa que possa dificultar a leitura ou o entendimento, o uso do infográfico torna possível a descrição do processo por dentro da tecnologia”. Eles podem ser usados tanto como complemento nas matérias, quanto como matérias principais com páginas dedicadas exclusivamente ao infográfico. Teixeira (2010) utiliza dos termos “infográficos jornalísticos dependentes” e “infográficos jornalísticos independentes” para designá-los, consecutivamente. No nosso caso, estaremos produzindo visando à segunda situação (independente), para testar a sua potencialidade como recurso central de uma narrativa, não como algo complementar dentro de uma narrativa maior.

2.3.1 Debates do campo: o que é infografia

Sobre o uso dos termos “infográfico” e “infografia”, alguns autores discutem a utilização de cada um deles para diferenciá-los. Teixeira (2010) decidiu, como a maioria dos profissionais, utilizar ambos os termos para se referir ao mesmo objeto. Em vista disso, este trabalho também usará os dois termos como sinônimos. Esta escolha da autora advém da percepção dos debates intrínsecos do campo. “Imagino que, assim, evita-se ainda mais confusão conceitual, algo comum quando se trata de estudar ou explicar a infografia” (TEIXEIRA, 2010, p. 12).

Ela se refere à disputa teórica quanto ao que é considerado infográfico ou não. Para Teixeira (2010) um infográfico pode contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas, entre outros. Na internet, vídeos e áudios podem ser incluídos. Os recursos visuais usados podem ser mais abstratos e não necessariamente icônicos. A autora ainda esclarece que um infográfico jornalístico deve ir além de uma legenda e título. Deve ter uma narrativa em que há uma inter-relação indissolúvel entre texto e imagem. O produto deve atravessar o campo da estética, mas principalmente, “ter o propósito claro de contribuir para a construção e consequente compreensão plena desta narrativa” (TEIXEIRA, 2010, p.33). Ela ainda frisa:

“O infográfico, enquanto discurso, deve passar uma informação de sentido completo, favorecendo a compreensão de algo, e nem imagem nem texto devem se sobressair a ponto de tornar um ou outro dispensável. O infográfico também não pode ser construído de maneira aleatória ou que privilegie a estética ou os recursos tecnológicos em detrimento da informação jornalística” (TEIXEIRA, 2010, p. 34).

Diante destes apontamentos da autora, fica claro que em suas concepções há diferenças entre infográfico e outros mecanismos: Tabelas, gráficos e mapas são elementos icônicos, mas não são, isoladamente, infográficos. Desta maneira, um único mapa não poderia ser um infográfico.

Rocha (2013) confronta duas conceituações diferentes do termo infografia. Enquanto Teixeira acredita ser indissociável a presença de imagem e texto, Cairo a compreende como uma representação diagramática de dados e que infografia não tem que ter, necessariamente, palavras. Em vista dessas duas concepções, Rocha (2013) acredita em uma definição mais expansiva, na qual a infografia seria um produto comunicacional sincrético, pois se pode ter informações verbais, não verbais ou sua integração sincrética. Com isso, a infografia permite disponibilizar informação ficcional ou não ficcional de maneira mais clara, objetiva e direta.

Rocha (2013, p. 50) ainda entende que “a constituição do sentido nos infográficos requer a convocação de diferentes linguagens e suportes midiáticos”:

O sincretismo, no caso do infográfico, compreende um sentido mais amplo na utilização do conceito, pois acionam-se na infografia, várias linguagens de manifestação: a comunicação verbal, a comunicação visual e todos os seus componentes. Quando se estende o uso da infografia na mídia digital ainda mais elementos são inseridos como o sonoro, o tátil (o mouse como elemento de manuseio) (ROCHA, 2013, p. 50).

A discussão sobre o que é infografia é muito maior e abarca várias áreas. Lorenzi (2019) mapeou autores que influenciaram no campo de infografia no Brasil e América Latina. São eles: Gonzalo Peltzer (1991), José Luis Valero Sancho (2001, 2008), Manuel de Pablos (1993, 1999), Alberto Cairo (2008, 2012, 2016), Edward Tufte (1983, 1990, 1997), Carlos Sojo (2002), Nigel Holmes (1984), Richard Wurman (1991; 2005). No Brasil, acerca dos estudos da infografia no jornalismo, segue: Ary Moraes (1998), Beatriz Ribas (2004, 2005), Tattiana Teixeira (2010), Mario Kanno (2013), Ricardo Lima (2015), Adriana Rodrigues (2009) e Ricardo Lucas (2010c, 2011).

Avaliando o panorama destes autores, Lorenzi (2019) identificou algumas características em comum que evidenciam traços principais apontados pelos autores em suas definições. Se tratando das funções que o infográfico deve ter, são imprescindíveis:

(1) a ligação com a função de explicar fenômenos complexos que de outras maneiras discursivas não seriam tão efetivos; além de (2) ampliar a cognição dos usuários sobre as informações, oferecendo mais de uma entrada possível para a leitura. Sobre a forma, apresenta-se como definidora (3) a relação e relevância da imagem, ou elementos icônicos,

para a construção de camadas informativas à narrativa, além de (4) uma articulação de sistemas texto-visuais como métodos de transmissão da informação (LORENZI, 2019, p. 60).

Além destas definições, alguns autores descreveram em suas obras o que chamam de “estágios da infografia”. Silva (2019, p. 16) lista: SANCHO, 2001; RODRIGUES (2009); AMARAL (2010); TEIXEIRA (2010); LÓPEZ (2012); GARCIA (2012); VEIRA (2012); CORDEIRO (2013); LONGHI (2018), CORDEIRO (2018); VIZOSO (2018).

Silva (2019) indica três estágios evolutivos pesquisados e explicitados até o momento. O primeiro começa com os infográficos lineares, de sequência estática, os modelos originais praticados no jornalismo e executados em plataforma impressa e que podem ser encontrados também na internet; o segundo, no ambiente web, é caracterizado pela multimidialidade e pela natureza clicável dos infogramas, a menor parte dos componentes de um infográfico; e, por fim, o terceiro se desdobra na infografia quando integrada a bases de dados. A tese de Silva (2019) se desenvolve em torno de um 4º estágio da infografia que “contemplam modelos de visualização sintética de caráter imersivo ou com características próprias da hipermídia, a exemplo dos infográficos jogáveis, em 3D, em terceira dimensão, de leitura verticalizada via *scrolling* ou realidade virtual”(SILVA, 2019, p. 20).

Este novo produto é entendido por Silva (2019) como hiperinfografia. Um produto com manifestações complexas na hipermídia e materializa-se em formatos mais sofisticados em termos de visualização sintética, apresentando recursos tridimensionais, ubicativos (Google Earth, imagens de satélites, drones), além das tecnologias de RV e AR (LONGHI e CORDEIRO, 2018, p. 166). Estes mecanismos proporcionam a eles a natureza de serem essencialmente imersivos. Conhecidas todas as fases e características, detalhamos aqui que o produto experimental desenvolvido por este trabalho se situa na primeira geração por ser estático, mas que pode se encontrar no espaço da Web.

2.3.2 Estrutura e recursos do infográfico: o que é obrigação?

Teixeira (2010, p. 33) diz que uma infografia precisa ter: o título; texto introdutório; indicação das fontes; assinatura dos autores. Rocha (2013) diz que para a funcionalidade do infográfico, é necessário que se siga critérios para estruturar os elementos. “Essa ordenação contribui na hora de pensar e entender as informações disponibilizadas no infográfico, o que permite a hierarquização da informação na peça” (ROCHA, 2013, p. 38).

O autor deixa claro que a narrativa contém uma história, mas ela não é a própria história, mas sim como a história se organiza. Ou seja, hierarquização dos fatos na apresentação e visualmente.

Para que a narrativa aconteça torna-se necessário que haja mudanças, transformações, rupturas ou encaixes no texto. Ela é constituída de um percurso (ou vários) que contém uma história, a narrativa conta a história - a história está fora - a narração é o ato de contar a história. Uma narrativa estabelece o tempo e o espaço diegético (ROCHA, 2013, p. 99).

Rocha (2013) reflete sobre o desenvolvimento do percurso narrativo na infografia. Em relação a isso, diz que é necessário levar em conta dois elementos: os temas e as figuras. Assim, a tematização e a figurativização.

A Tematização, descreve e organiza os assuntos, e auxilia a entender como cada infográfico determina seu tema principal e como a partir dele abrem-se outras possibilidades. Na Figurativização, acontece a organização por figuras, elas relacionam e ajudam a pensar no mundo por figuras, ao haver o uso de figuras para relacionar sensações, sentimentos e situações. Pode-se relacionar dois tipos de figuras: as figuras que expressam as sensações e sentimentos - que são sensíveis, corporais, internas -, e a segunda são as figuras icônicas que representam o mundo” (ROCHA, 2013, p. 52).

São nomes específicos que falam sobre processos que já é comum na produção: a delimitação do tema e a representação do enunciado.

2.3.3 O trabalho dos jornalistas no desenvolvimento de infográficos

Além da preocupação com a pauta e com a humanização da narrativa, também é necessário, atentar-se com o formato da infografia e suas predefinições. Há opções que devem ser “pensadas de modo planejado, desde a concepção da pauta, facilitando e melhorando o trabalho de todos os envolvidos – porque é preciso pensar que a infografia, como o próprio jornalismo, é fruto de um trabalho em equipe” (TEIXEIRA, 2010, p. 63).

Teixeira (2010) indica que não há – ou não deveria haver – jornalista de texto e jornalista de imagem, pelo menos quando falamos de infografia. “Há jornalistas e estes devem ser capazes de distinguir com clareza quando devem investir (também) em infográficos” (TEIXEIRA, 2010, p.70). Neste sentido, questiona: “Se é inadmissível formar um jornalista que não saiba produzir uma notícia por que é aceitável que ele não saiba quase nada sobre infografia?” (TEIXEIRA, 2010, p. 78).

Esta discussão perpassa o currículo dos cursos de Jornalismo, pois para Teixeira (2010), a implementação da infografia poderia mudar o perfil dos jornalistas formados e acrescentaria o aprimoramento da visão estética das informações. Portanto, a construção de

um jornalista que possa e vá desenvolver narrativas de visualização e estética no campo do jornalismo, é de responsabilidade também da formação da academia.

O jornalista ao desenvolver um infográfico tem uma variedade de combinações, “com manifestações visuais que são infinitas e isso se deve não só à capacidade técnica do manipulador da informação visual (o enunciador), como também do tipo de técnica e suportes escolhidos” (ROCHA, 2013, p. 54). Isso exige inteligência visual para apresentar de maneira harmoniosa a informação.

Nesse caminho, há estudos que são desenvolvidos no campo de visualização da informação. Como no caso de Cleveland e McGill (1984, apud Lorenzi, 2019, p. 76) que propõem uma teoria que elenca atributos básicos da percepção. Segundo os autores, “os leitores conseguem extrair informações e gerar conclusões por conta de visualizações estatísticas, especialmente quando se trata de conjuntos de dados quantitativos”. Esses mecanismos também são levados em consideração na produção dos infográficos. Justificando, de certa forma, a construção que se tem, quase unânime, de infográficos que trabalhem com proporção e tragam números em suas narrativas.

Pensando nessa abordagem estatística consolidada no infográfico, questionamos se já há uma estrutura pré-estabelecida do formato, pelas suas características abordadas no decorrer desse subcapítulo. Ademais, “as publicações, os editores e destinadores da informação jornalística pressupõem e inscrevem um tipo de leitor” (ROCHA, 2013, p.34). Com esse público visualizado, é construído um contrato de leitura. Este vai determinar limites simbólicos do que o leitor irá consumir em questão de conteúdo, formas de acesso, entre outros.

Conforme a pré-estrutura, não teríamos um tipo de contrato de leitura entre o produtor do infográfico e o consumidor? Se há que tipo de contrato é esse? Uma das questões é que o consumidor espera receber dados estatísticos no material? Que não vai haver humanização? Esta teoria consolida-se com a fala de Alberto Cairo, jornalista, designer, quando indica não haver lugar para a humanização no infográfico. Ou seja, deduzimos que o modo que a narrativa infográfica é produzida até então cumpre seu papel, sem necessidade de repensá-los no âmbito da humanização. Desta forma, isto também está na esfera do contrato de leitura com o leitor.

O objetivo deste trabalho é ver possibilidades para quebrar esse contrato de leitura, e inserir a humanização como foco dos jornalistas durante a produção do formato. Após a

discussão teórica, segue o relato sobre a experimentação do projeto experimental em todas as suas fases.

3. A CONSTRUÇÃO DE UM INFOGRÁFICO HUMANIZADO SOBRE A MIGRAÇÃO VENEZUELANA

Este trabalho tem como objetivo geral explorar estratégias de humanização na infografia como forma de responder a pergunta de pesquisa “Quais os limites e potencialidades na humanização da representação acerca das migrações em narrativas infográficas?”.

Nesse momento, será apresentado a metodologia, ou seja, os processos aplicados para desenvolver os produtos, contribuindo com o relato da experiência do “fazer”. Desta forma, na sequência, seguem as etapas de escolha de pauta, pré-produção, entrevistas, produção, e tratamento dos dados para o formato trabalhado.

Esclareço previamente que não domino este formato jornalístico. O primeiro contato com este formato foi durante as disciplinas de “Digital I, II e III”, nas quais desenvolveram-se peças infográficas. O que propiciou a experiência de observar as suas dificuldades, pelo tratamento que tem que haver com os dados, ou seja, a forma que serão apresentados. Concomitantemente a disciplina “Digital III”, surgiu, em uma reunião do grupo de pesquisa que participava, uma observação sobre a infografia se tratando das migrações. Assim, me dediquei desde então a pesquisar sobre infográficos, me aperfeiçoar em suas características e em como tratar a informação de forma humanizada.

A necessidade de desenvolver um produto experimental surgiu a partir de questionamentos do período que fiz iniciação científica no grupo de pesquisa “Comunicação em rede, identidades e cidadania”, no qual pesquisei, resumidamente, sobre as representações midiáticas sobre as migrações. Iniciei no grupo no primeiro semestre de 2018 e continuo até esse momento (dezembro de 2019). Nesse período, li sobre as principais representações e estereótipos das migrações na mídia, suas interseccionalidades e, principalmente, críticas em como a mídia representa os e as migrantes.

Por assim dizer, tive a oportunidade de ter acesso aos estudos sobre migrações, suas falhas e acertos - muito mais falhas. Nesta questão, a academia, ou seja, as pesquisas desenvolvidas são muito críticas para com a produção do mercado. Partindo de um conhecimento prévio, se tinha a necessidade de sair do local de análise do que já foi produzido e contribuir para o campo jornalístico na prática.

Após a decisão de fazer um produto experimental, a cobrança e responsabilidade sobre a produção foi muito maior, pois já tenho um escopo teórico sobre os erros que a mídia faz diariamente tratando do tema das migrações. Assim, todas as decisões durante a

produção do projeto experimental foram pensadas e repensadas muitas vezes. Sempre refletindo em quais sentidos serão acionados a partir das escolhas jornalísticas.

3.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA

Em um primeiro momento, tive a migração africana como foco de pesquisa, por esse tema ser caro para mim e por perceber que os migrantes negros, vindo de países africanos que trabalham no comércio de rua levantavam discussões na sociedade de Santa Maria (RS). Mas modifiquei o enfoque ao ir a uma mesa de diálogos sobre migração venezuelana na Universidade Federal de Santa Maria. Denominada “Reflexões sobre a imigração venezuelana no Brasil”, foi ministrada por Êmily de Amarante Portella, que trabalhou em organizações que participavam da acolhida humanitária aos venezuelanos. Ela contou sobre quais eram as condições dos migrantes venezuelanos em Roraima, estado brasileiro que faz fronteira com a Venezuela.

Além da palestra, os critérios de noticiabilidade clássicos do jornalismo contribuíram para a escolha. Os critérios são usados para definir o que é ou não notícia para o jornalismo. No início de 2018, o aumento da entrada de venezuelanos no Brasil e a ajuda humanitária, que estava sendo coordenada para auxiliar os migrantes, estavam ganhando destaque na mídia. O assunto foi agendado por vários veículos de comunicação e, dentre os enfoques das pautas, o processo de interiorização que trouxe migrantes até o Rio Grande do Sul (RS), fator de proximidade, que reforçava a necessidade de olhar para esse contexto.

Outro fator é a ida de militares de Santa Maria (RS), em agosto de 2019, para o estado de Roraima para participar da acolhida humanitária aos venezuelanos, no qual o critério de noticiabilidade estava presente também.

Em resumo, no mês de agosto delimitamos o tema, já em setembro começamos o processo de apuração. Em outubro ocorreram às primeiras reuniões com as designers Taynane Paim Sena e Maria Clara Lin, bolsistas do curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria no Laboratório de Experimentação em Jornalismo (LEX). A partir desse momento, entrevistas, apuração de dados, conversa com especialista, procura por infográficos, transformação dos dados para a apresentação no infográfico, montagem, trabalho gráfico - todas foram etapas do desenvolvimento da experimentação.

3.2. PROCESSO DE PRODUÇÃO

3.2.1 Pré-produção

Neste momento desenvolvi a pesquisa de infográficos para traçar padrões que poderia seguir para humanizar minha peça infográfica. Ao mesmo tempo, entrevistei a Êmily de Amarante Portella, sobre sua experiência como assistente de inserção laboral no Serviço Jesuíta a Migrante e Refugiado (SJMR) em Boa Vista - Roraima, no ano de 2018 e 2019. Também, desenvolve um trabalho de coleta, processamento, e análise de dados no *RECH initiative*, sobre a população em contexto humanitário e migração venezuelana em Manaus - AM e Boa Vista.

A conversa tangeu diversos assuntos, como a situação dos abrigos e a interiorização. Pedi a ela indicação de instituições que fazem o trabalho de quantificação do fluxo migratório em suas várias áreas. A partir desta primeira conversa, comecei a pesquisa para extrair dados e conhecer melhor a situação de Roraima. Nessa entrevista, a design que iria desenhar meu infográfico, Maria Clara Lin, me acompanhou. Acredito que o quanto mais os profissionais que trabalham em um mesmo projeto souberem do tema, mais fácil será desenvolver ideias interligadas durante o processo.

Além de Êmily, tive contato com outra fonte para o processo de pré-apuração. Como o Exército Brasileiro é uma das organizações que têm grande responsabilidade na acolhida humanitária, tive a necessidade de conversar com alguém que estivesse nesse meio. Fábio Carvalho, integrante do Exército Brasileiro que participou da Operação Acolhida em Roraima, desde fevereiro de 2018 até dezembro de 2019, falou sobre esse período. Principalmente, sobre o processo da Operação e algumas responsabilidades do Exército e outras instituições. Após conhecer melhor a rotina militar, busquei pesquisar sobre o processo de interiorização.

3.2.2 Produção

Depois de entender o contexto da migração venezuelana de uma forma mais ampla, com pesquisa em portais de notícia e entrevistas, eu tinha que escolher caminhos para buscar fontes, dados estatísticos, ou seja, o recorte de pauta em um grande tema. Para definir, fez parte do processo os seguintes passos: a) A partir da pré-apuração, delimitei possíveis temas, como a migração indígena venezuelana, a saúde, a chegada de crianças sozinhas no Brasil, a interiorização. b) Busquei a possibilidades de dados e fontes para cada

um dos casos anteriores para ver a potencialidade. c) Classifiquei a saúde como um fator importante para se falar em qualquer circunstância, assim, um importante recorte. d) Encontrei a existência de uma Ação Médico-Humanitária feita pela Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) que levou profissionais da área da saúde para o estado de Roraima para dar assistência médica aos venezuelanos. Um dos profissionais é de Santa Maria e trabalhava no Husm. e) Entrevistei a profissional. f) A partir da entrevista, delimitei caminhos para um infográfico.

Assim, conversei com a Enfermeira Marta Inês Mozzaquatro Pasini, servidora do Hospital Universitário de Santa Maria, especificamente, na sala das vacinas. Ela foi uma das 36 pessoas que participaram de uma ação solidária, na qual passaram uma semana em Boa Vista e Pacaraima, uma das cidades onde tem abrigos para venezuelanos, para fazer atendimentos, exames laboratoriais, vacinação. O período em que ocorreu a viagem foi de 28 de agosto à 1 de setembro de 2018.

Conforme relato da Marta, ficou claro que nesse período a estrutura organizacional para melhor atender os venezuelanos no que diz respeito a saúde estava em processo de estruturação, por assim dizer, estavam se estabelecendo. E foi escolhido contar a experiência da enfermeira durante esse curto de tempo para mostrar a realidade de uma outra perspectiva.

A ida da enfermeira Marta à Ação Humanitária foi em final de agosto de 2018 e vinda no início de setembro do mesmo ano. Simulamos que a produção desse material infográfico seria em novembro de 2018, pensando na lógica da redação (com tempo de produção maior), mas com o critério de noticiabilidade presente, como gancho para se discutir a migração venezuelana. Assim, todos os dados são até novembro de 2018, e ele será publicado neste mesmo mês.

Durante a entrevista com a enfermeira, ouvi seus relatos, pedindo para que descrevesse locais, primeiras impressões, com quem falou, coisas que lhes chamou atenção. Essas perguntas são importantes para dimensionar situações e a possibilitar pensar a informação de forma visual.

A partir da entrevista, recortei fatores importantes da experiência da Enfermeira Marta e iniciei a busca pelos dados mais específicos que tangiam os dados que ela relatou. Fizemos parte disso, relatórios de órgãos oficiais, de organizações civis que estavam envolvidas e instituições sociais.

Para além, consegui o contato de migrantes venezuelanos que estavam morando em Santa Maria (RS). Naivi Alida Hernández Briceño e Yarily Josefina Hernández conversaram comigo sobre o processo de chegada ao Brasil, o cotidiano na Venezuela, o processo de interiorização e o que fez com que migrassem. Como foi feito a entrevista com a enfermeira primeiro, e depois com a Nave e Yarely, comecei a produzir antes o infográfico com foco na Marta. Para, posteriormente, fazer outro infográfico com foco nas outras entrevistas.

Mas como o primeiro foi mais trabalhoso que o programado, exigindo mais tempo, apuração, transformação dos dados para a visualização no infográfico. Principalmente, se tratando da contextualização da crise na Venezuela. Não consegui desenvolver o segundo. Assim, as entrevistas com as migrantes venezuelanas serviram para ter um primeiro conhecimento sobre a situação da Venezuela e para entender, diretamente, a dimensão na vida das pessoas.

Após delimitação do tema e achar os dados necessários que complementaríamos a história narrada pela Enfermeira Marta, comecei a procurar dados que mostrassem o contexto que se encontravam os venezuelanos. Nesse momento, fomos pesquisar o contexto, para além do “o quê?, quando?”, mas o “por quê?”.

A Venezuela vive uma situação de colapso de seus sistemas públicos. Isto têm diferentes motivos e impactam de diferentes formas. Para explicar resumidamente o contexto da Venezuela no início de um infográfico, onde isso não é o foco, mas tem que ser explicado, foi a parte que deu mais trabalho de apuração, pois exigiu: a) muita pesquisa para entender o que estava acontecendo. b) detalhar uma lista de caminhos possíveis - educação, preço de mercadorias, petróleo, saúde, alimentação, moradia, inflação, conflitos no governo, escassez ou falta total de serviços como luz elétrica, violência. c) Pesquisa sobre todos os temas procurando dados que possam ser usados. Observei que são muitos caminhos para se dedicar a pesquisar e isso estava dificultando o processo e seria muito mais demorado. d) Decidi classificar caminhos que são fundamentais para explicar o contexto, como no caso do petróleo e sua exportação e a inflação. E, logo, classifiquei a saúde por ser o tema central do infográfico, a inflação, o preço das coisas e escassez de luz elétrica, por entender que esses caminhos poderiam ser locais que causaria um certo grau de aproximação entre os leitores e as pessoas representadas e encontraria mais dados. e) Após escolher esses temas, busquei dados em organizações oficiais da Venezuela que poderiam ter algum vínculo com o tema e organizações sociais. Ler matérias de jornais locais de lá e

pesquisas feitas por universidades. Como também pesquisei de forma geral. d) Como resultado, foi encontrado um relatório sobre pobreza que contemplou muitos dos meus requisitos de contextualização. Com ele se juntaria a questão da inflação e do petróleo na Venezuela. Juntaria assim, questões econômicas e sociais.

Mesmo após esses recortes, foi muito difícil compreender as informações por serem se uma área que não tenho aproximação e a qual tem termos que são específicos. Ademais, em sua maioria, os relatórios se encontram em espanhol, o que dificulta ainda mais, pois leio pouco nessa língua.

Após achar os dados, o processo é tratá-lo de forma que ele seja utilizado no infográfico e inseri-los numa ordem que tenha coesão com a história da enfermeira Marta que já tinha uma lógica e já estava construída. Nesta etapa, aparece a dificuldade em tratar dados mais específicos que é da economia, e mais difícil ainda, trabalha-los esteticamente pensando na rigidez que esses dados são costumeiramente apresentados em infográficos. Para entender a lógica econômica conversei com a professora de economia da Universidade Franciscana (UFN), Taíze Machado, para tirar dúvidas acerca de termos e lógicas do campo. Após os processos mais demorados - a coleta de dados e o processo de entender o contexto da Venezuela, que gerou o atraso na entrega, foi trabalhado na representação visual - veja a seguir.

3.2.3 Desenvolvimento dos infográficos

A problemática da pesquisa exige que se olhe para os dados para transmitir uma narrativa humanizada. Ao mesmo tempo, exige que esses dados sejam transpostos para o infográfico conforme o formato exige. Isso perpassa a hierarquização, que recursos gráficos serão usados, e como será feito o ordenamento das informações de uma maneira que elas tenham coesão. Estas duas visões se tornam desafiantes a medida da produção.

A montagem do roteiro do infográfico passou, primeiramente, por uma conversa com as duas designers que fazem parte do Laboratório de Experimentação em Jornalismo (LEX). A partir dessa conversa, construímos uma hierarquização da informação e recursos gráficos que poderiam funcionar. A Maria Clara ficou responsável pelas ilustrações e Taynane pela montagem e discussão da transformação dos dados sobre a economia para os recursos visuais.

Aprendi durante a graduação que é sempre importante pensar em algo sobre o tratamento dos dados e como eles vão ser apresentados, buscando referências para ter uma conversa mais proveitosa com o design. Enquanto estive como bolsista na Revista Arco, local onde uma equipe multiprofissional trabalha para produzir jornalismo para a ambiência digital e impresso, com o objetivo de divulgar a ciência e cultura produzida na Universidade Federal de Santa Maria, tive contato com Desenho industrial e Produção Editorial. Nesse contexto, aprendi que sempre é mais interessante chegar com alguma ideia do que deseja e conversar com o designer para ver se o modo como está estruturando a informação funciona, pois ele tem a lógica visual de trabalhar a informação que nos falta.

No desenvolvimento do produto, as conversas com ambas as designer foram fundamentais para entender a lógica e discutirmos as potencialidades dos recursos usáveis em cada um dos casos. Questões como proporção, apresentação, hierarquização, comparação, aparecem quando se constrói um infográfico, e elas têm uma percepção visual que contribui muito para o trabalho.

Além das conversas, pesquisei infográficos e suas formas de representar as informações. Isto faz parte da metodologia do trabalho. Para Teixeira (2010) esse processo é essencial:

Para aprender infografia é necessário estar atento para observar os trabalhos desenvolvidos até então. No caso, quando se explica o passo a passo do processo de criação tem-se um diferencial a mais nessa etapa de observação, sem dúvida. A observação é um dos recursos mais interessantes no processo de aprendizagem e ajuda a compreender melhor a própria infografia, mas não garante que seja mais fácil produzi-la (TEIXEIRA, 2010, p. 82).

Durante esse exercício, pude perceber que há uma estrutura narrativa “padrão” do infográfico. Digo isto, pois muitos recursos são constantemente utilizados, como por exemplo, as representações em barras, gráficos, linhas do tempo, Box, ícone e texto. E até mesmo, a apresentação desses recursos na narrativa é similar. Essa a estrutura fixa de visualização da informação é algo desafiante para o processo de humanização. Como driblar recursos que já são consolidados, e aplicar outros que possibilitem a humanização pela estética também? É a partir dessa pergunta, que me confrontei com a questão da apresentação do perfil venezuelano que migra.

O objetivo do exercício era procurar o padrão de representação da informação e, em seguida, trabalhar para humanizar uma narrativa. Como resultado desse raciocínio, entendo

que ver essas narrativas também condicionou o meu fazer. Afetando, diretamente, esse segundo momento do exercício.

Um exemplo concreto que ocorreu no decorrer da produção foi tratamento dos dados do perfil venezuelano que estava chegando ao Brasil para o infográfico. Este tipo de informação aparece constantemente em infográficos. Logo, fomos ver exemplos de como são apresentadas, e os recursos utilizáveis que poderiam ser usados para a humanização.

O perfil padrão, geralmente, traz a idade, escolaridade, sexo. Diante disso, pensou-se: que mudanças podem ser feitas para demonstrar o que está por trás desse perfil, a fim de criar um vínculo, uma empatia, buscando o sensível, que geraria a humanização?

Após discussão com a orientadora, vi que muitas famílias estavam nos abrigos para venezuelanos em Boa Vista (RR). Ou seja, quão grande a situação de desordem social em um país para que uma família inteira emigre. Logo, entendemos, a partir dessa discussão, que além desses dados, a informação sobre como as pessoas ingressam no Brasil – entre conhecidos, família, sozinhos, daria outra dimensão sobre a migração e o humano.

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A primeira parte é a apresentação da entrevistada - a enfermeira Marta. Nesse momento, escolhemos utilizar ilustrações remetendo o momento da entrevista como uma história em quadrinhos (Eu e Marta). Esse recurso nos possibilitou apresentar o personagem mais livremente, e com menos texto. Segue a imagem da parte referida.

Imagem 1 – Acolhida humanitária



O segundo momento tem como intenção fazer o link para o “porquê” a personagem está indo para Boa Vista (RR). Trazendo o número de pessoas que saíram da Venezuela e seus principais destinos. Com foco nos números de chegada no Brasil e fazendo a relação de desconstruir o pensamento de que o Brasil recebe um número extraordinário de venezuelanos. Segue a imagem da parte referida.

Imagem 2 – Emigração venezuelana



A partir disso, temos um perfil da migração venezuelana com idade, grau de escolaridade e sexo, para dimensionar quem são essas pessoas que estão chegando no Brasil. Focamos na representação de um homem mais jovem por entender que, pelos números, eles são maioria entre o perfil de migrantes venezuelanos. Para humanizar esse perfil, utilizamos a fala de Êmily de Amarante Portella, que esteve um tempo trabalhando junto aos venezuelanos em Boa Vista, Pacaraima e Manaus. Ela contou sua percepção sobre o perfil que se encontra por lá. Segue a imagem da parte referida.

Imagem 3 – Perfil venezuelano

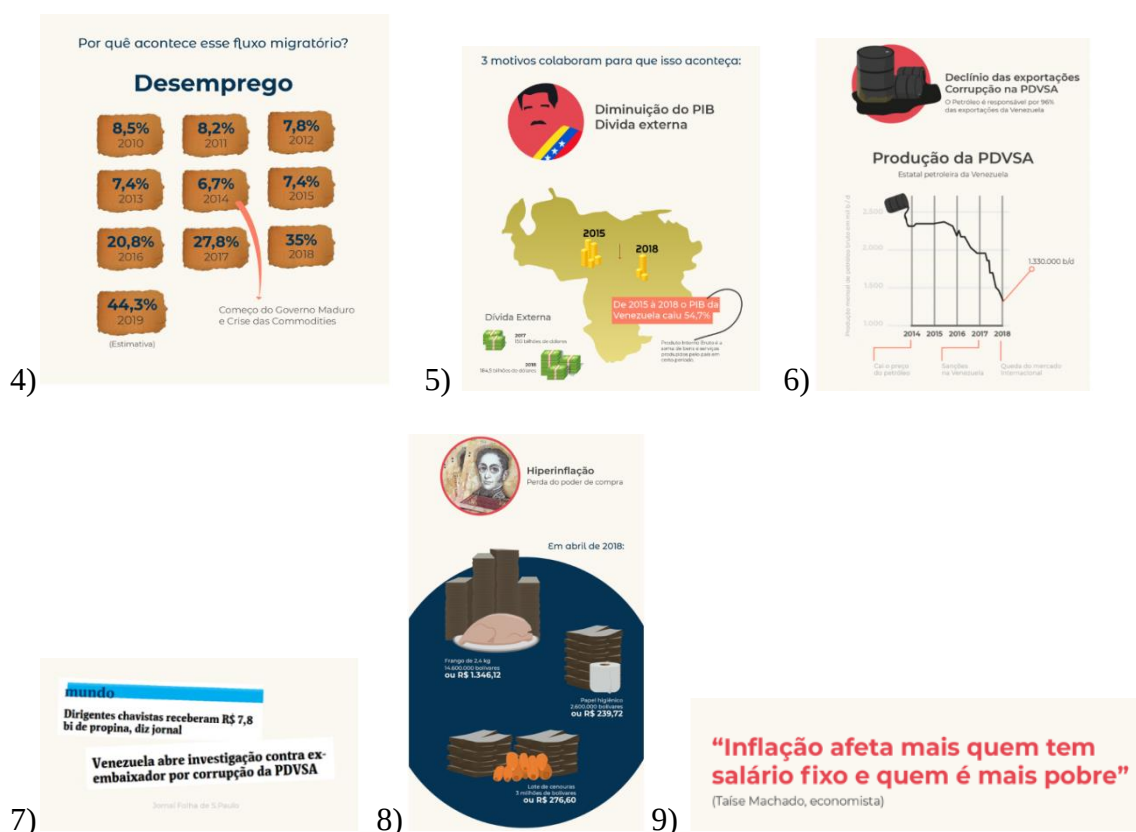


A partir dessa apresentação, apresentamos o seguinte subtítulo “por quê eles estão migrando?”. Esse momento foi destinado para a contextualização da crise da Venezuela. Nele temos a lógica do endividamento do estado, a produção do petróleo e a inflação. Partimos do desemprego (4), como um princípio da saída dos venezuelanos. As caixas que contém as informações são representações de placas de papelão. Ela foi pensada a partir de fotos sobre os venezuelanos, em momentos de manifestações e a chegada nos países após saírem da Venezuela.

No item (5), começou a desenvolver motivos para o desemprego e, conseqüentemente, a migração. Juntamos a dívida externa e o Produto Interno Bruto por entender que andam próximos, mas sem poderem ser comparados em nenhum nível. Para ambos utilizamos montantes de dinheiro com diferenciando por proporção a quantidade para cada período.

Já no item (6), temos outro motivo para a migração que é a queda de produção da PDVSA e no mercado internacional do petróleo. Assim como, a corrupção que a petrolífera foi envolvida. Utilizamos um gráfico visual como forma de dimensionar a queda de produção. Para esta última, foi utilizado prints de matérias como forma de apresentar visualmente esta informação para além do texto - item (7).

Outro fator que faz parte da contextualização da crise e se enquadra em um dos motivos para a saída dos venezuelanos de seus países é a hiperinflação. A utilização destas informações teve como objetivo dimensionar as dificuldades que estão passando, se tratando de poder de compra. Como forma também de causar aproximação entre o leitor e a situação - item (8). Como complemento a isso, visando uma leitura mais complexa, utilizamos a frase da economista Taíse Machado, entrevistada, para complementar o contexto - item (9). Seguem as imagens referidas.



No próximo momento, voltamos para Roraima para continuar nossa narrativa sobre a enfermeira Marta. Para tanto, utilizamos um mapa com foco no estado e os prints de matérias apresentando a situação dos venezuelanos em Boa Vista. Para completar os sentidos acerca dos impactos das migrações para os brasileiros e migrantes. Segue a imagem referida.

Imagem 10 – Roraima em agosto



Após, retomamos novamente a cena da nossa entrevista como forma de introduzir a questão do atendimento ao público, dando espaço para a fala da entrevistada. Segue a imagem referida.

Imagem 11- Entrevista



A seguir, apresentamos a equipe que acompanhou a Marta, com o objetivo de indicar que tipo de atividades foi desenvolvido por eles, e salientando a dificuldade que ela teve em desenvolver o trabalho dela pela falta de recurso no momento para vacinação. Ilustrações se basearam em fotos reais. Segue a imagem referida.

Imagem 12 – Equipe de Marta



Além disso, foram desenhados os abrigos que existiam até agosto de 2018 em Boa Vista, com suas capacidades e estimativas de abrigados. Marcando em quais deles, a Enfermeira Marta e sua equipe foram fazer atendimento com os coletes. Essa etapa indica fechamento do infográfico. Ilustrações seguiram fotos reais. Segue a imagem referida.

Imagem 13 – Abrigos de migrantes



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tem como pergunta de pesquisa “Quais os limites e potencialidades na humanização da representação acerca das migrações em narrativas infográficas?”. Desta maneira, o objetivo geral busca explorar estratégias de humanização na infografia.

O trabalho se organiza da seguinte forma: primeiramente, com as representações acerca das migrações na mídia, focando em uma das questões centrais, que é quantificação; no segundo capítulo, os mecanismos de humanização; no terceiro, as características da infografia no jornalismo; e, por fim, o relatório de experimentação, no qual consta os processos e impressões durante a construção do produto.

Para desenvolver a experimentação foi necessário conhecer a estrutura do formato infográfico, por meio da pesquisa de exemplos já produzidos. A partir disso, reconhecer padrões de apresentação da informação. Para assim, pensar o que podíamos utilizar para humanizar essa estrutura.

Assim, foi trabalhado como recorte de pauta a migração venezuelana para o Brasil no período de 2018, a partir de uma enfermeira que foi junto a uma equipe de profissionais da saúde para fazer atendimento aos venezuelanos nos abrigos em Boa Vista (Roraima). A narrativa é construída através da experiência dela durante o atendimento, como forma de trazer um panorama da situação no estado que mais recebe venezuelanos.

Com a experimentação, concluímos que não alcançamos a humanização dentro da infografia em muitos dos seus aspectos, pois é um formato muito difícil. Para cumprir esse objetivo, precisaria estudar mais sobre as migrações e ter uma bagagem maior sobre o formato. Isto nos daria o embasamento para desenvolver mecanismos com mais liberdade de experimentação, para assim, fugir dos padrões de apresentação da informação. Da mesma forma, que teria sido preferível construir a narrativa com foco em algum migrante venezuelano, mas a distância dificultou.

Nesse cenário, algumas questões foram suscitadas durante o processo de experimentação: O processo exigiu pré-apuração, entrevistas, busca por dados, leitura dos dados, associação com coisas que possam aproximar o leitor, processo de transformar os dados em linguagem visual, cuidando possíveis equívocos ao apresentar a informação. Esse último item apareceu quando estávamos pensando na apresentação das informações do Produto Interno Bruto da Venezuela e da Inflação. Que foram pensados juntos em um primeiro momento, mas que, após conversa com a orientadora, foram separados, pois corria

o risco de gerar associações que não eram intencionais e nem possíveis. Assim, foram, repensadas. Nesse sentido, deve-se tomar cuidado é a simplificação de algo complexo. Isso pode acontecer quando o foco está na visualização, e não nos dados. Observou-se isso, no processo de contextualização da crise na Venezuela - algo complexo de se explicar em texto, se agrava no formato visual. E a simplificação desumaniza. Portanto, o processo de produção é muito trabalhoso, e que deve ter atenção a cada decisão.

Outra questão é os dados que circundam as migrações, geralmente, provêm de diferentes órgãos, em que cada um deles tem seus métodos de coleta e tratamento de dados. O jornalista também tem que saber sobre o que influencia cada um deles, e escolher de onde extrair cada informação. Além dos mais, se tratando das migrações, os números são muito difíceis de serem fiéis a situação, por isso atentar-se a base de dados pode ser fundamental nos dados. O jornalista faz escolhas, utilizando critérios às vezes racionais e outras não racionais. Sendo ele influenciado pela política editorial do veículo que trabalha, por estereótipos ou lógicas de produção. Ademais, e não menos importante, a troca com o pessoal do desenho faz diferença, pois contribui, e muito, para sanar lacunas da compreensão imagética da informação.

Logo, os apontamentos indicam a complexidade que é aprender o desenvolvimento desse formato, tanto para quem está dentro da academia, quanto para quem está no mercado, pois tem formas de apresentar a informação e uma preocupação visual que já vem sendo consolidada a tempos pelas produções. Ícones, mapas, linha do tempo, gráficos, são recursos que aparecem frequentemente nas produções infográficas mapeadas. Durante a produção do produto, visualizou-se o quão difícil é desvincular-se destes modelos de apresentação da informação para testar formas de diferente com o intuito de humanizar. Sendo assim, um processo desafiador. Logo, cremos que é possível humanizar uma narrativa infográfica, mas entendemos que ter mais conhecimento sobre o formato é fundamental. Nesse sentido, este trabalho contribui para indicar os processos durante a construção narrativa e o quanto são relevantes para o trabalho final. Traçando erros e acertos. Além de fazer uma discussão teórica sobre os campos de infografia, migração e humanização.

A partir desse trabalho, podemos pensar em possíveis desdobramentos na pesquisa. Como a possibilidade de desenvolver infográficos de segunda e/ou terceira geração - com níveis de interatividade e imersão, analisando essas contribuições para a humanização. Da mesma forma, que a possibilidade de testar a humanização em narrativas em que o foco

está em histórias migrantes. Como também, testar a humanização de infográficos que serão inseridos dentro de uma narrativa, funcionando como um recurso dependente. Para além, o trabalho também suscita sobre a vulnerabilidade do que é considerado “humanizado” nas produções jornalísticas e como podemos enfrentar o desafio do formato infográfico no campo, e, mais diretamente, na formação dos jornalistas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPADURAI, A. **O medo ao pequeno número. Ensaio sobre a geografia da raiva.** São Paulo: Iluminuras, 2009.

BHABHA, Homi. **A outra questão: o estereótipo, a discriminação e o discurso do colonialismo.** In: O local da cultura. Belo Horizonte: Editora da UFMG, p. 105-128. 2012.

CAIRO, Alberto. Infografia 2.0 - visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Alamut, 2008.

CARVALHO, Juliana; ARAGÃO, Isabella. Infografia: Conceito e Prática. **Revista Brasileira de Design da Informação. Brazilian Journal of Information Design.** São Paulo. v. 9, n. 3. p. 160 – 177 . 2012. Disponível em: <<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/136/114>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

COGO, Denise. O Outro migrante: das estratégias de mediação das migrações contemporâneas na mídia impressa brasileira. n.10. C-legend - **Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense**, 2002. Acesso em: 20 agosto. 2019.

COGO, Denise & Maria Badet. De braços abertos... A construção midiática da imigração qualificada e do Brasil como país de imigração . IN: ARAÚJO, E., Fontes, M. & BENTO, S. (eds.) Para um debate sobre Mobilidade e Fuga de Cérebros. Braga: **Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho** (2013), p. 32-57. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/157>. Acesso em: 20 nov. 2019.

COGO, Denise; BADET, Maria. **Guia das Migrações Transnacionais e Diversidade Cultural para Comunicadores - Migrantes no Brasil.** Bellaterra: InCom-UAB/IHU, 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/3255909/COGO_Denise_BADET_Maria_Guia_das_Migra%C3%A7%C3%B5es_Transnacionais_e_Diversidade_Cultural_para_Comunicadores_-_Migrantes_no_Brasil_Bellaterra_InCom-UAB_IHU_2013>. Acesso em: 22 nov. 2019.

CORDEIRO, William; LONGHI, Raquel Ritter. No jornalismo imersivo, o infográfico é hiper. In: Revista Líbero - **Revista Eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.** São Paulo. v. 21, nº 42. p. 159-174. Jul/dez 2018. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/issue/view/52/showToc>>. Acesso em: 23 nov. 2019.

ELHAJJI, M. **Migrantes, uma minoria transnacional em busca de cidadania universal.** In: XXV Encontro Anual da Compós, 2016, Goiás/Go. **Anais...** Goiás. Disponível em:

<http://compos.org.br/anais_indice_autores.php?idEncontro=MjU=>. Acesso em: 29 de ago. 2019.

GUTIÉRRES ARANZETA, Carlos. **Introducción a La Metodología Experimental**. 2ª Ed. Ciudad de México: Noriega Editora, 2006.

IJUIM, Jorge Kanehide, Humanização e desumanização no jornalismo: algumas saídas. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.31, n.2, p.20, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/indiceautor.htm>>. Acesso em: 2 out. 2019.

IJUIM, Jorge Kanehide, Por que humanizar o jornalismo (?). **Verso e Reverso**. São Leopoldo. v.31, n.78. p. 235 - 243. 2017. Disponível em: <<http://revistas.unisinis.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2017.31.78.07>> Acesso em: 2 de out. 2019.

LAGO, Cláudia. **Ensinaamentos antropológicos**: a possibilidade de apreensão do “outro” no jornalismo. In: **Anais...** da SBPJOR, v. 11, p. 172–187, 2014. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/745>>. Acesso em: 6 set. 2019.

LORENZI, Rodrigo, H.L. **A visualização de informação no jornalismo nativo digital**: uma análise do Nexa e do FiveThirtyEight, 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. Jornalismo de Dados: conceito e categorias. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**. v. 18, n. 1, 2016. Disponível em: <<http://revistas.unisinis.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.181.07>>. Acesso em: 23 set. 2019.

MARINUCCI, Roberto. "Não são apenas números". Olhares psicossociais sobre migrantes e refugiados. **Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana**, Brasília, v. 27, n. 55 , p. 7-12, abr. 2019. Disponível em: <<http://remhu.csem.org.br/index.php/remhu/article/view/1196>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

MEZZADRA, S. **Multidão e Migrações: a autonomia dos migrantes**. Rio de Janeiro: Revista Pós-Eco, n. 15, 2012. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/900>. Acesso em: 29 ago. 2019.

RESENDE, Fernando. O olhar às avessas - a lógica do texto jornalístico. In: XIII Encontro Anual da Compós. São Bernardo do Campo, 2004. **Anais...** São Bernardo do Campo/SP . Disponível em: <https://www.compos.org.br/anais_indice_autores.php?idEncontro=Mw=>. Acesso em: 16 jun. 2019.

_____. O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista, **Contracampo**, p. 85–2012, 2006. Disponível em: 16 jun. 2019.

_____. O discurso jornalístico contemporâneo: entre o velamento e a produção das diferenças, **Galáxia**, n.14, p.81–93, 2007. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1479>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

_____. A Narratividade do discurso jornalístico – a questão do outro. **Rumores**, v. 3, n. 6, 2009. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51173>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

_____. O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro, **Galáxia**, n.18, p.31–43, 2009. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/2629>>. Acesso em: 16 jun.2019.

ROCHA, Elizabeth de; MENEZES. **A infografia em revista: estudo do infográfico na Superinteressante**, 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Universidade Paulista, São Paulo, 2013.

SANTOS, Boaventura de Sousa, Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes, **Novos Estudos - CEBRAP**, n. 79, p. 71–94, 2007. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002007000300004>. Acesso em: 14 ago. 2019.

SILVA, William, R. C. **Hiperinfografia: Uma proposta para o infográfico de quarta geração**. 2019. Tese (Doutorado em Jornalismo)- Universidade federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

TEIXEIRA, Tattiana. O futuro do presente: os desafios da Infografia jornalística.

Revista Ícone. Belo Horizonte, v. 11, n.2, 2009. Disponível em:

<<https://periodicos.ufpe.br/revistas/icone/article/view/230170>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo – Conceito, análises e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2010.

VAN DJIK, Teun. Racismo y analisis critico de los medios. Buenos Aires: Paidós, p. 101-123, 1997.