A evolução dos infográficos brasileiros no Malofiej: dados sobre os 25 anos da principal premiação da infografia mundial

The evolution of Brazilian infographics in Malofiej: data about 25 years of the main world award in infographics

NOGUEIRA, Daniel Moura; Mestre; PUC-Rio

daniel.m.nogueira@gmail.com

BRAIDA, Frederico; Doutor; UFJF

frederico.braida@ufjf.edu.br

NOJIMA, Vera Lucia Moreira dos Santos; Doutor; PUC-Rio

nojima@puc-rio.br

Resumo

O presente artigo é parte dos resultados obtidos na tese “A evolução da infografia no Brasil: um panorama de uma linguagem multimodal”, a qual encontra-se em fase de conclusão. Neste artigo, discorre-se sobre o desenvolvimento da linguagem infográfica no país a partir da investigação do histórico da participação de seus veículos de comunicação na principal premiação internacional de infografia, o Malofiej. Os dados foram compilados através de extensa pesquisa bibliográfica e documental, bem como por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas junto a infografistas brasileiros agraciados no Malofiej e pesquisadores do campo. Como resultado, foram elaborados gráficos que reúnem os dados da participação brasileira ao longo dos mais de 25 anos de existência da premiação. Espera-se que a reunião desses dados estimulem uma reflexão acerca do papel da infografia nacional, facilitando a obtenção concentrada de informações para a comunidade acadêmica e profissionais do mercado, fomentando a geração de novos conhecimentos.

Palavras Chave: Infografia; linguagem infográfica; Malofiej.

Abstract

This article is part of the results obtained in the thesis "The Evolution of Infography in Brazil: a panorama of a multimodal language", in its final phase. In this article, we discuss the development of the infographic language in the country from the investigation of the history of the participation of its communication vehicles in the main international award of infographics, Malofiej. The data were compiled through bibliographical and documentary research and interviews conducted with Brazilian infographics awarded by Malofiej. As a result, graphs have been produced that gather the data of the Brazilian participation throughout the more than 25 years of existence of the awards. It is hoped that the gathering of these data will stimulate a reflection on the role of national infographics, facilitating the gathering of information for the academic community and market professionals, encouraging the generation of new knowledge.

Keywords: Infography; Infographic language; Malofiej.

1 Introdução

Infográficos estão presentes em diversos suportes, tais como revistas, jornais, livros, manuais técnicos, textos acadêmicos, propagandas, dentre outros e são usados "sempre que se pretende explicar algo, de uma forma clara e, sobretudo, quando só o texto não é suficiente para fazê-lo de maneira objetiva" (TEIXEIRA, 2007, p. 112). Aprender sobre o funcionamento e uso de uma máquina, entender como ocorreu um determinado fenômeno natural, assimilar a situação econômica do país por meio de comparativos de dados, decidir que roupa usar ao ver um gráfico sobre a previsão climática, compreender a cadeia de acontecimentos que determinaram um acidente em um gráfico esquemático nas páginas de um jornal, decidir qual trajetória seguir a partir de um mapa com o aplicativo de trânsito no celular, definir quais alimentos comprar segundo um gráfico que indique a quantidade de carboidratos ideal para a saúde. Ou seja, informações e escolhas que influenciam o cotidiano, comportamento, sentimentos e relações sociais derivam de análises de uma miríade de gráficos e infográficos exibidos pelos meios de comunicação. A linguagem do design gráfico é um sistema intuitivo que se integra com a experiência pessoal do leitor. Nesta linguagem se inclui os produtos do design da informação, tais como os infográficos (NOGUEIRA, 2014).

O Brasil é, reconhecidamente, um dos países que usam a linguagem infográfica de forma destacada em seus meios de comunicação. Como forma de balizar a importância do país e seus veículos de comunicação no espectro internacional, buscou-se identificar os principais prêmios internacionais de infografia, selecionando o de maior importância e longevidade para prospecção de dados. O evento escolhido foi o Malofiej, realizado pela SND-E (o setor espanhol da *Society for News Design*), em Pamplona, Espanha, que possui mais de 25 anos de existência e é considerado o principal evento de infografia mundial. A coleta dos dados se deu por meio de consulta aos relatórios de premiação e *press releases* do Malofiej (*online* e impressos), acervos de notícias publicadas em jornais (O Globo, Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, El Mundo, Clarín, El País e New York Times) acerca do evento, periódicos (Superinteressante, Mundo Estranho e Veja) e portais de comunicação (Abril, Europapress, IG e Universidade de Navarra), bem como relatos de infografistas brasileiros agraciados com medalhas desse prêmio e de pesquisadores. Devido à intensa fragmentação dos dados e à ausência de uma padronização consistente ao longo dos anos, optou-se por organizar, apurar, analisar e formatar os dados consolidados em gráficos comparativos, de acordo com o objeto das informações obtidas. Por meio desses dados foi possível identificar os principais veículos de difusão de informação por meio de linguagem infográfica no país, traçar um panorama da participação brasileira ao longo do tempo, observar o volume de inscrições, veículos participantes, medalhas, a transição de relevância da infografia impressa para a *online*, dentre outros aspectos detalhados adiante.

2 Origens

Não há acordo sobre qual foi efetivamente o primeiro infográfico publicado no Brasil. Pesquisadores buscam estabelecer diferentes marcos que indiquem, pelo menos, o princípio da uma história da infografia nacional. Para Moraes (2013, p.23), apesar de partir de uma generalização com objetivos didáticos, sua divisão histórica indica uma fase que antecede a infografia, entre o período da implantação da imprensa no Brasil, datada de 1808, e as mudanças tecnológicas

ocorridas na década de 1980. Essa delimitação, de uma fase quase que “pré-infografia”, se dá pela inexistência do reconhecimento da infografia como sistema até então. Para Moraes (1998, 2013), a união de palavras e imagens de forma intuitiva em uma peça gráfica, sem preconizar objetivos formais que um infográfico deve cumprir, difere-se de usar a infografia como ferramenta jornalística. Se uma peça gráfica foi criada com o objetivo de esclarecer uma determinada informação por meio da combinação de linguagens verbal e visual, em um sistema fechado, um infográfico, ela se deu a partir da década de 1980, pois só nessa época houve a definição do conceito do que seria a infografia. Ou seja, tudo antes disso, apesar de assemelhar-se a um infográfico, seriam peças com outras definições e determinações, que posteriormente entrariam no campo da Infografia.

De acordo com Teixeira (2010, p.24), uma das peças que pode ser considerada pioneira no uso de recursos gráficos semelhantes a um infográfico na imprensa brasileira foi publicada no jornal *Estado de S. Paulo*, em 18 de agosto de 1909 (Figura 1). O gráfico aborda o tema do aumento da navegação no Brasil e assemelha-se a um gráfico de barras, mas com o uso de ilustrações de embarcações indicando o aumento ao longo de um eixo de tempo. Outro exemplo pioneiro é o “infográfico” sobre o aumento da quantidade de automóveis no Rio de Janeiro, publicado na primeira página de *O Globo*, na edição número 1, em 29 de julho de 1925 (Figura 2). Este seria um gráfico ilustrado onde é possível identificar, ainda que de forma simples, uma complementação entre o texto verbal e as imagens ilustrativas representando o aumento do número de veículos entre os anos de 1922 e 1923.

Figura 1 - *A Navegação Brasileira*, publicado no jornal O Estado de S.Paulo, edição de 18 agosto de 1909

Fonte: acervo.estadao.com.br (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19090818-11208-nac-0003-999-3-not>>. Acesso em: 5 mar. 2018)

Figura 2 - Primeiro infográfico publicado no jornal O Globo, na capa da edição número 1 de 29 de julho de 1925.

Fonte: memoria.oglobo.globo.com (Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-eacute-lanccedilado-9196292>>. Acesso em: 12 fev. 2018)

De acordo com Kanno (2013, p.69), “não existe uma fronteira que delimita a diferença entre a diagramação e infografia. Nem no impresso, nem na web”. Ou seja, ainda há uma dificuldade em se estabelecer o que efetivamente é ou não uma infografia. Se considerarmos essa questão nos estágios primordiais do jornalismo visual no país, a identificação de um infográfico pioneiro torna-se uma tarefa aberta ao debate.

Um fenômeno que auxiliou a reflexão acerca do design da informação nas páginas jornalísticas foi o surgimento de premiações internacionais relevantes. Duas premiações podem ser consideradas mais abrangentes e longevas: o “Best of News Design”, da Society for News Design (SND), desde 1979¹, premiando o design de página de notícias; e o Malofiej, do capítulo espanhol da SND, iniciado em 1993, focado especificamente em infografia. Os eventos podem não ter elucidado de forma definitiva e consensual questões como nomenclaturas, taxonomia, o estabelecimento de fronteiras “duras” entre o que é e o que não é um infográfico, nem qual a melhor forma de exibir determinados dados ou contar histórias, mas estimularam o intercâmbio de informações e o estabelecimento de parâmetros de avaliação. De acordo com a declaração de George Rorick, autor dos mapas climáticos do USA Today², um dos jurados da quinta edição do Malofiej, em 1997, o “Malofiej ajuda a distinguir o que é um gráfico bom e um gráfico ruim. Entretanto, esse não é o objetivo final, mas mais um processo de aprendizado”³ (MALOFIEJ, 1997, tradução nossa). Cabe lembrar que as premiações também forneceram bases comparativas entre jornais de diversos países e culturas distintas, bem como fomentaram o investimento na linguagem

¹ Inicialmente o nome da premiação era “Best of Newspaper Design” Creative Competition. O título foi alterado para “Best of News Design” e aberto para todas as revistas em 2009. (Fonte: <https://www.snd.org/competitions/print/>)

² Os mapas climáticos coloridos do USA Today revolucionaram a exibição de informações no jornalismo impresso na década de 1980. Segundo Cairo (2008, p.52) “uma das infografias jornalísticas mais imitadas de todos os tempos”.

³ No original: “Malofiej helps to distinguish what is a good and bad graphic. However this is not the final objective but more of a process of learning.”

infográfica nas editorias, validando o esforço de profissionais e veículos premiados.

Alguns fatores foram imprescindíveis para tornar o ambiente propício, na década de 1990, para o desenvolvimento da linguagem infográfica nacional. A implementação de reformas editoriais, os avanços tecnológicos das ferramentas de confecção (tanto *hardware* quanto em relação aos *softwares*), rupturas no equilíbrio hierárquico na relação entre texto e imagem⁴, o intercâmbio de conhecimento com o exterior, os investimentos em busca de eficiência e inovação para enfrentar as crises e concorrência, dentre outros. Em 1998, ainda em meio a uma época de afirmação e compreensão da infografia como linguagem⁵, Mario Kanno e Renato Brandão lançaram o *Manual de infografia da Folha de S. Paulo*. No guia é possível observar uma das primeiras definições publicadas no país sobre o que seria infografia no jornalismo impresso:

É o recurso gráfico que se utiliza de elementos visuais para explicar algum assunto ao leitor. Esses elementos visuais podem ser tipográficos, gráficos, mapas, ilustrações ou fotos. A função básica da infografia é enriquecer o texto, permitindo que o leitor visualize o assunto em pauta. Sua função secundária é “embelezar” a pauta, tornando-a mais atrativa (KANNO, 1998, p.2).

Por ser uma novidade, a infografia não fazia parte dos cursos de Jornalismo e Design, na década de 1990. Conforme Moraes (2013, p.59),

a Infografia, porém, era algo novo, que ainda não fazia parte dessa cultura e, assim, encontrava dificuldades em se disseminar, sobretudo pelo limitado investimento em treinamento por parte das empresas jornalísticas, praticamente as únicas responsáveis pela formação em infografia no Brasil dos anos 1990.

Coube às próprias empresas realizarem treinamentos e investimentos em consultorias e palestras para que suas redações passassem a compreender o sistema de uso e aplicação da linguagem infográfica em seus veículos. Esse investimento no intercâmbio de profissionais se manteve ao longo da década de 1990 e adiante. Podemos destacar como exemplos: a vinda do infografista norte-americano Jeff Goertzen para implementar o trabalho de infografia na redação do *Estado de S. Paulo*, em 1993; o ciclo de palestras com Nigel Holmes, reconhecido pelo seu trabalho junto a revista *Time*, realizado pelo *O Globo*, em 1994; o *workshop* promovido pela Associação Nacional de Jornais, com Jeff Goertzen, em 1996; o seminário de infografia com a participação de Goertzen, Tascón, dentre outros consultores internacionais, organizado pelo *O Globo*, em 2003, dentre outros. Ou seja, no Brasil, em função do atraso em relação às implementações e reformas realizadas pelas empresas no exterior, foi possível desenvolver sua linguagem infográfica a partir da contratação e treinamentos realizados por profissionais que possuíam experiência consolidada no campo.

3 O prêmio Malofiej – o melhor da infografia mundial

A premiação mundial mais importante, frequentemente referenciada em notícias como o

⁴ Nota-se a divisão de importância entre texto e imagem no trecho do relato de Ricardo Noblat sobre as premissas nas reformas gráfica e editorial do Correio Braziliense, na década de 1990: “No novo jornal: o que importa é comunicar bem ao leitor o que se quer comunicar. Se um gráfico, em determinados casos, comunica melhor, publique-se o gráfico, subtraia-se o texto (NOBLAT, 2002, p.152).

⁵ Segundo Kanno (2013, p.33), não havia consenso terminológico: “na imprensa brasileira, é comum que a infografia e a diagramação sejam chamados de Editoria de Arte, ou Departamento de Arte, mas eles não devem se deixar seduzir pela denominação. Não é 'arte' o que fazem”.

Pulitzer ou o Oscar da infografia, é o Malofiej, criado pelos professores Juan Antonio Giner e Miguel Urabayan, da Universidade de Navarra, em 1993. O prêmio é batizado em homenagem ao cartógrafo argentino Alejandro Malofiej (1938-1987), considerado um pioneiro na infografia. Desde então, em Pamplona, na Espanha, organizado pela seção espanhola da *Society for News Design*⁶ (SNDE) e pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, realiza-se um evento que busca premiar as melhores peças infográficas no mundo.

Já em sua primeira edição, o Malofiej obteve 800 trabalhos inscritos, procedentes de 11 países. Os infográficos enviados para avaliação eram publicações de 100 diferentes veículos de comunicação jornalística. Se levarmos em conta o estágio ainda inicial da difusão da infografia, os números já demonstravam uma boa variedade de origens e quantidade de peças para a mostra competitiva. Ao fim do primeiro evento, foram distribuídas 20 medalhas: 5 ouros, 7 pratas e 8 bronzes. Se compararmos com os números atuais, em 2018, após 26 edições do evento, os números demonstram um aumento significativo. Foram 1320 trabalhos inscritos, de 142 veículos de comunicação diferentes, de 30 países. Ou seja, em 26 anos, o número de inscritos teve um aumento de 65%, a quantidade de veículos participantes teve um acréscimo de 42% e houve um incremento de aproximadamente 272% de países envolvidos. Mais importante que apenas observar números brutos é notar uma progressiva estabilidade ao longo dos últimos anos, como podemos visualizar nos gráficos⁷ indicando os números obtidos sobre a quantidade de trabalhos inscritos, quantidade de veículos de comunicação e quantidade de países de origem dos veículos participantes, a seguir:

Gráfico 1 - Quantidade de trabalhos inscritos no Malofiej de 1993 a 2018

1. Os dados relativos aos anos de 1994, 1999, 2000 e 2002 não puderam ser confirmados em números oficiais. Optou-se por não incluí-los.

Fonte: do autor

⁶ A *Society for News Design* (SND) é uma organização internacional sem fins lucrativos fundada nos Estados Unidos, em 1979, que reúne profissionais de mídia jornalística e comunicadores visuais. Com mais de 1.500 membros no mundo, organiza anualmente a premiação internacional *Best of News Design*, que visa congratular as melhores páginas de notícias de jornais e revistas. A SNDE é a sua seção baseada na Espanha. (SNDE, [s.d.]).

⁷ Cabe ressaltar a indisponibilidade de alguns dados oficiais dos anos 1994, 1995, 1999, 2000 e 2001. Optou-se por não incluir números não passíveis de confirmação. Nota-se, entretanto, que os dados omitidos não interferem significativamente o panorama geral da série histórica.

Gráfico 2 - Quantidade de veículos de comunicação inscritos no Malofiej de 1993 a 2018

1. Os dados relativos aos anos de 1994, 1995, 1999, 2000 e 2002 não puderam ser confirmados em números oficiais. Optou-se por não incluí-los.

Fonte: do autor

Gráfico 3 - Quantidade de países participantes no Malofiej de 1993 a 2018

1. Os dados relativos aos anos de 1994, 1999, 2000 e 2002 não puderam ser confirmados em números oficiais. Optou-se por não incluí-los.

Fonte: do autor

Os dados demonstram uma quantidade significativa de veículos de comunicação participantes atualmente. O número de trabalhos passou por um período de picos de inscrições no primeiro terço da sequência histórica, atingindo o ápice com 2910 trabalhos, em 2001. A partir de 2003, no entanto, nota-se uma estabilização na média de aproximadamente 1300 inscritos por ano (Gráfico 1). Em relação à quantidade de veículos (Gráfico 2), inicia-se com 100, em 1993, e é possível observar uma redução no primeiro terço da série, atingindo o menor número (60) em 2001. Peculiarmente, o ano de 2001 é mesmo com a maior quantidade de trabalhos inscritos. Há um aumento a partir de 2003, estabilizando-se na ordem de 140 veículos inscritos, aproximadamente. O gráfico sobre o número de países inscritos é o que indica o maior incremento progressivo (Gráfico 3). Iniciando-se com 11 países, em 1993, atualmente estabilizado na faixa de 30 participantes. O maior número se deu em 2014, com 34 países. O número de países praticamente triplicou desde a primeira edição – o que eleva os premiados a um patamar de notável reconhecimento internacional.

4 O Brasil no Malofiej – a década de 1990

Em relação ao Brasil, a relevância das premiações no Malofiej não se restringe à valorização internacional da linguagem infográfica brasileira, mas também fomenta o investimento interno dos próprios veículos de comunicação. As medalhas servem como uma certificação externa da

qualidade do trabalho desenvolvido, possibilitando a valorização dos departamentos e profissionais envolvidos. Pode-se observar um exemplo desta situação no relato de Mario Leite, Diretor de infografia do GloboEsporte.com, o veículo brasileiro com maior número de medalhas na categoria *online*, em entrevista para este trabalho:

São raros os parâmetros de avaliação de trabalhos de infografia no mundo todo. Há dois concursos reconhecidos mundialmente: o Malofiej e o SND. [...] A gente começou a ter muito mais respeito, também da Redação, nesse processo de construção de uma reputação, através desses prêmios (LEITE, 2018).

Ou seja, as premiações estimulam a busca por uma excelência na qualidade e resultam em um reconhecimento que pode se transformar em investimento e/ou maior autonomia dos departamentos e profissionais envolvidos na elaboração de infográficos.

Ao fim da década de 1990, o Brasil já possuía cinco medalhas internacionais de infografia no Malofiej. Foram agraciadas três medalhas de ouro, uma de prata e uma de bronze, distribuídas a três veículos de comunicação nacionais. Dentre os prêmios, destacam-se: O Dia, em 1996, com a primeira medalha brasileira, o bronze no prêmio de infográfico inovador sobre o Mike Tyson, de Ary Moraes; a revista Veja, em 1997, com um ouro no prêmio para melhor infográfico de tema ciência ou saúde “A dor dos ossos do ofício”, de Roberto Emílio Nejme; e, em 1998, a medalha de ouro com o melhor infográfico esportivo da revista Superinteressante, pelo infográfico “Golpes de Mestre”, de Luiz Iria, iniciando uma longa lista de premiações posteriores (Figura 3).

Figura 3 – Infográficos (A) “Mike Tyson”, O Dia, 1996; (B) “A dor dos ossos do ofício”, Veja, 1997; e (C) “Golpes de mestres”, Superinteressante, 1998.

Fonte: O Dia (MORAES, 2013, p.51), Veja (MALOFIEJ 1997, p.27) e Super (Disponível em: <<http://visuallloop.com/blog/11928/talking-with-luiz-iria>>. Acesso em: 15 dez. 2017)

O Brasil passou a receber prêmios, aumentar sua participação e se destacar no cenário mundial de infografia. A revista Superinteressante, do grupo Abril, que por uma questão de ordem técnica⁸ teve que desenvolver seu próprio conteúdo, desvinculando-se da publicação original

⁸ Ao adquirir os direitos, o objetivo era apenas traduzir o conteúdo das matérias da *Muy Interessante* para o português, mantendo as páginas exatamente iguais. Mas os fotolitos espanhóis possuíam dimensões diferentes dos usados no

espanhola, a *Muy Interessante*, teve a oportunidade que explorar a infografia como nenhum outro veículo nacional havia feito até então. Com o intenso investimento e uso de recursos infográficos, na década de 1990, a revista recebeu diversas medalhas no Malofiej, tendo o infografista Luiz Iria como principal destaque e que viria a se tornar o diretor do Núcleo de Infografia da Editora Abril.

5 Gráficos da participação brasileira em 26 edições do prêmio

Em 2002, a Superinteressante foi considerada a revista que melhor usou a linguagem infográfica no mundo, prêmio inédito para o mercado editorial brasileiro. A publicação tornou-se ícone da infografia nacional e influenciou *spin offs*, tais como a revista Mundo Estranho, também agraciada com medalha no prêmio de melhor uso de infografia em revista no mundo, em 2004.

Levando-se em conta as medalhas confirmadas⁹, os cinco principais veículos nacionais em número de medalhas são: a revista Mundo Estranho (1º lugar); a revista Superinteressante (2º lugar); o jornal Folha de S. Paulo (3º lugar); o jornal O Globo (4º lugar); e o portal GloboEsporte.com (5º lugar). No total, foram 20 veículos laureados, somando-se mais de 124 medalhas entre categorias Impresso e *Online* e duas menções especiais. Os dados reunidos no gráfico a seguir (Gráfico 4) facilitam a observação dos títulos dos veículos, a quantidade de medalhas e a categoria (Impresso ou *Online*) às quais as congratulações foram recebidas, no período entre 1993 a 2018.

Gráfico 4 - Ranking por número de medalhas recebidas por veículos de comunicação brasileiros, soma Impresso e *Online*, de 1993 a 2018

* Em 2003, a Globo.com obteve uma menção especial - categoria Online, Reportagens, Portfólios.

** Em 2006, a revista Mundo Estranho obteve uma menção honrosa - categoria Impresso de Ciência, Tecnologia, Medicina, Saúde.

Brasil. Decidiu-se, então, que a versão brasileira faria suas próprias matérias. (Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/15-anos-de-super/>>. Acesso em: 16 dez. 2017)

⁹ Há medalhas em processo de confirmação, tais como duas recebidas pela Globo.com, em 2002 e 2003, com a participação de Sérgio Peçanha e Mário Leite. Como a apuração está em andamento, estes prêmios não foram incluídos nos dados atuais deste trabalho.

Fonte: do autor

Em número total de medalhas, as revistas Mundo Estranho e Superinteressante são os veículos mais premiados nacionais. Elas obtiveram 18 e 17 medalhas, respectivamente, nos últimos 25 anos. No entanto, ao observarmos o tipo de medalha (ouro, prata ou bronze), nota-se uma superioridade da Superinteressante (5 ouros, 7 pratas e 4 bronzes) em relação às medalhas da Mundo Estranho (1 ouro, 6 pratas e 10 bronzes). Em ambas, apenas uma do total de medalhas recebidas pertence a categoria *Online*, predominando-se os prêmios na categoria Impressos ao longo de suas participações históricas. O gráfico abaixo indica o tipo e a quantidade de medalhas recebidas, separando-se as categorias Impresso e *Online* (Gráfico 5). Desta forma é possível identificar quais veículos já conseguiram medalha de ouro, por exemplo, destacando-se dos demais.

Gráfico 5 - Número de medalhas (ouro, prata e bronze) por veículo – Impressos – 1993 a 2018

Fonte: do autor

De acordo com os gráficos de número e tipo de medalhas de cada veículo, cabe apontar, ainda, dois fatos notáveis além da superioridade da revista Superinteressante em termos de tipo de medalhas. O primeiro é que O Estado de S. Paulo é o único veículo jornalístico nacional a ter obtido ouro tanto na categoria Impresso quando na categoria *Online*, através do seu portal Estadao.com.br. O segundo ponto é a hegemonia do portal GloboEsporte.com na categoria *Online*, tendo recebido 11 medalhas, sendo destas três de prata, nos últimos cinco anos. Ou seja, uma presença significativa em tempo relativo curto, sendo responsável por aproximadamente um terço das 34 medalhas *online*¹⁰ recebidas por veículos nacionais em toda história do Malofiej.

Uma vez identificados os principais veículos e a quantidade de medalhas recebidas, é interessante posicionarmos os prêmios em uma cronologia. O gráfico abaixo indica a quantidade total de medalhas recebidas por veículos brasileiros ano a ano em toda a série histórica.

¹⁰ Os dados oficiais das premiações *Online* de 1999 a 2004 não são conclusivos ou não foram disponibilizados em totalidade, optou-se por omitir dados em processo de confirmação.

Gráfico 6 – Número total de medalhas brasileiras por ano – 1993 a 2018

* Em 2003, a Globo.com obteve uma menção especial - categoria Online, Reportagens, Portfólios.

** Em 2006, a revista Mundo Estranho obteve uma menção honrosa - categoria Impresso de Ciência, Tecnologia, Medicina, Saúde.

Fonte: do autor

Por meio do gráfico, é possível notar a constante presença dos veículos brasileiros desde a primeira medalha recebida, em 1996. Levando-se em conta os dois anos, 2000 e 2006, em que não houve recebimento de medalhas, deve-se citar a menção honrosa recebida pela revista Mundo Estranho, em 2006. Ou seja, a ausência total de indicações de prêmios a brasileiros só se manifestou em um ano, desde 1996. Evidencia-se o destaque no ano de 2008, com um total de 18 medalhas, cabendo listar também os anos com desempenho fora da média: 2011, com 12 prêmios; e 2013, com 14 medalhas. É importante ressaltar, no entanto, que o ano de 2018 o desempenho nacional desceu a apenas duas medalhas, abaixo da média esperada.

O número total de medalhas na série histórica acima não indica a participação da categoria *Online*. A presença das medalhas de veículos *online* ao longo do tempo pode ser percebida por meio do gráfico abaixo (Gráfico 7):

Gráfico 7 – Número total de medalhas brasileiras por ano – 1993 a 2018 – Impresso e *Online*

Fonte: do autor

A categoria *Online* não faz parte da premiação desde sua criação, tendo sido iniciada apenas em 1999. Os prêmios recebidos nesta categoria estão exercendo um papel cada vez mais importante no Malofiej. O ano de 2018, por exemplo, foi o primeiro ano onde o número de trabalhos inscritos na categoria *Online* superaram os da categoria Impresso, com 647 impressos contra 674 digitais. O número de medalhas total também reflete este aspecto: foram concedidas 56 medalhas a trabalhos impressos e 65 a trabalhos *online*. O gráfico indica que a tendência está presente no Brasil, apesar de não ficar evidente um aumento na presença de medalhas *online* em questão de números totais. Devido ao recebimento de duas medalhas em 2018, uma na categoria impresso e uma na categoria *online*, não deve-se pontuar que 50% das medalhas foram *online* como um indicativo de aumento na série. É mais relevante ressaltar a queda no número de medalhas deste ano e observar, futuramente, as questões que levaram a este desempenho.

Finalmente, como forma de reunir o máximo de dados em uma visualização, o gráfico seguinte evidencia o total de medalhas recebidas por veículos de comunicação brasileiros em toda a história do Malofiej, indicando o tipo (ouro, prata ou bronze) e sinalizando a categoria (Impresso ou *Online*).

Gráfico 8 – Número total de medalhas brasileiras por ano, tipo e categoria – 1993 a 2018

Fonte: do autor

Uma vez identificados o tipo de medalhas, percebe-se que desde 2013 o Brasil não é laureado com uma medalha de ouro. Nos últimos 10 anos, entre os três ouros recebidos, dois pertencem a infográficos *online*, ressaltando a crescente importância dessa categoria para o país. O primeiros prêmios *online* concedidos a veículos brasileiros foram as medalhas de bronze recebidas pelas revistas *Veja* e *Mundo Estranho*, em 2007. E a primeira medalha de ouro *online* se deu em 2011, para o *Estado.com.br*, pelo infográfico sobre o Tapuiassauru – a primeira medalha de ouro *online* para a América Latina.

6 Conclusões

Uma vez reunidos os dados em gráficos, foi possível notar tendências e destaques do desempenho da infografia nacional no espectro internacional. Os números e gráficos apresentados neste artigo são o resultado de coleta e análise de 26 edições, em 25 anos de existência, de dados do Malofiej e da participação brasileira no evento. Espera-se que sirvam de apoio à comunidade acadêmica e profissionais do campo, resolvendo a extensa fragmentação e dificuldade em se apurar dados desta ordem. Cabe citar o apoio de pesquisadores, professores e profissionais que cederam seus materiais, documentos e prestaram depoimentos para que fosse possível a realização e apuração dos números que constam neste artigo.

7 Referências

- CAIRO, A. **Infografía 2.0 visualización interactiva de información en prensa**, Madrid: Alamut, 2008.
- KANNO, M. **Infografe**. São Paulo: Ed. Eletrônica, 2013.
- _____. BRANDÃO, R. **Manual de infografia**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1998.
- _____. **Marcos na História da Visualização de Dados**. Infografe, 2008. Disponível em: http://euclid.psych.yorku.ca/SCS/Gallery/milestone/historia_infografia.pdf. Acesso em: 12 de mar. 2018.
- LEITE, M. G. V. **Entrevista** concedida a Daniel Moura Nogueira. Rio de Janeiro, 16 mar. 2018.
- MALOFIEJ. **Infographic Awards** Malofiej 1997. Pamplona: SND-E, 1997.
- MORAES, A. **Infografia – o design da notícia**. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica, 1998.
- _____. **Infografia: História e projeto**, Rio de Janeiro: Blucher, 2013.
- NOGUEIRA, D. M. **Visualização de dados: o discurso persuasivo dos atributos visuais nos infográficos**. 2014. 168 f. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2014.
- NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Editora Contexto, 2002.
- SNDE, **Malofiej Awards** Society for News Design Capítulo Español. [s.d.]. Disponível em: <http://www.snd-e.com/en/malofiej/premios>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- TEIXEIRA, T. **Infografia e Jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: EdUFBA, 2010.
- _____. **A presença da infografia no jornalismo brasileiro proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso**. Revista Fronteiras - estudos midiáticos 09, n. 2. São Leopoldo: Unisinos, 2007.