

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

CHRISTIANO BENICIO PINTO

ESTRELAS SOLITÁRIAS
Os ídolos do Botafogo através de infográficos

RIO DE JANEIRO
2018

CHRISTIANO BENICIO PINTO

ESTRELAS SOLITÁRIAS

Os ídolos do Botafogo através de infográficos

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do grau de
bacharel no curso de Comunicação Visual
Design na Universidade Federal do Rio de
Janeiro, UFRJ

Orientador: Prof^o Doutor Marcus Vinicius
Dohmann Brandão

RIO DE JANEIRO

2018

DEDICATÓRIA

A Deus, aos grandes mestres e profissionais que encontrei nesta caminhada e a minha família, especialmente meu pai, de quem herdei o coração alvinegro.

RESUMO

“Estrelas Solitárias – Os ídolos do Botafogo através de infográficos” é um trabalho de conclusão de curso que se utiliza do discurso da infografia, produto oriundo da área de conhecimento do design da informação, a fim de oferecer um tipo de artefato editorial atraente e incomum para o público que se identifica com o assunto e que consome literatura esportiva. No projeto em questão, o produto final consiste em um livro que reúne dados como biografias, fichas técnicas, lances marcantes, linhas do tempo, estatísticas e curiosidades em infográficos sobre alguns dos jogadores mais marcantes na história do Botafogo de Futebol e Regatas, que também fizeram história na seleção brasileira. Desta forma, este projeto propõe a disseminação do discurso da infografia para além do mundo dos jornais, neste caso atuando no nicho da literatura esportiva como uma vantagem competitiva de mercado, dada a força que a retórica visual possui sobre o cérebro humano, o poder de facilitação/simplificação da informação e de torná-la mais atraente.

Palavras-Chaves: Infografia; Editorial; Esportes; Futebol; Botafogo.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1:.....	12
FIGURA 2:.....	16
FIGURA 3:.....	16
FIGURA 4:.....	23
FIGURA 5:.....	24
FIGURA 6:.....	24
FIGURA 7:.....	25
FIGURA 8:.....	26
FIGURA 9:.....	27
FIGURA 10:.....	27
FIGURA 11:.....	28
FIGURA 12:.....	29
FIGURA 13:.....	30
FIGURA 14:.....	31
FIGURA 15:.....	32
FIGURA 16:.....	33
FIGURA 17:.....	34
FIGURA 18:.....	35
FIGURA 19:.....	36
FIGURA 20:.....	37
FIGURA 21:.....	38
FIGURA 22:.....	40
FIGURA 23:.....	41
FIGURA 24:.....	43
FIGURA 25:.....	45
FIGURA 26:.....	46
FIGURA 27:.....	47
FIGURA 28:.....	48
FIGURA 29:.....	49
FIGURA 30:.....	50
FIGURA 31:.....	51

FIGURA 32:.....	52
FIGURA 33:.....	53
FIGURA 34:.....	56
FIGURA 35:.....	57
FIGURA 36:.....	58
FIGURA 37:.....	58
FIGURA 38:.....	59
FIGURA 39:.....	59
FIGURA 40:.....	60
FIGURA 41:.....	60

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. O POTENCIAL DO DISCURSO INFOGRÁFICO	11
2.1. DEFINIÇÕES	11
2.2. A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO VISUAL	13
2.3. DO ESTATÍSTICO AO DESIGNER	15
3. O PRODUTO	19
3.1. O MERCADO EDITORIAL DE ESPORTES	19
3.2. CONCEITO DO LIVRO	20
3.3. NAMING	22
3.4. PROJETO GRÁFICO	22
3.4.1. Referências visuais	22
3.4.2. Paleta de cores	25
3.4.3. Tipografia	25
3.4.4. Iconografia	28
3.4.5. Formato	29
3.4.6. Papel	29
4. DESIGN E PROCESSO	30
4.1. PROCESSO DE CRIAÇÃO	30
4.1.1. Escolha de jogadores	30
4.1.2. Definição de dados comuns e variáveis a todos os jogadores	31
4.1.3. Pesquisa/Apuração	38
4.1.4. Edição	40
4.1.5. Projeto	41
4.1.5.1. Escolha de ferramentas	41
4.1.5.2. Hierarquização	42
4.1.5.3. Organização	42
4.2. FUNDAMENTOS DO DESIGN APLICADOS AOS INFOGRÁFICOS	43
5. RESULTADO FINAL	58
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	61

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
---	-----------

1. INTRODUÇÃO

De acordo com a última pesquisa do mercado editorial realizada pela FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas¹, em 2017 o mercado editorial brasileiro teve um decréscimo real de 4,76% de faturamento em relação ao ano anterior. Neste mesmo ano, foram lançados 393.284.611 exemplares (-7,43% em relação à 2016) dos quais apenas 835.467 (0,2%) são relativos ao segmento de esporte. É possível citar diversos outros números que apenas reafirmariam um fato: o brasileiro lê pouco. E se o brasileiro lê pouco, os interessados por futebol menos ainda.

Tendo em vista este cenário, é preciso pensar em ferramentas que possam angariar mais leitores e convidar mais pessoas à leitura. Há mais ou menos trinta anos, as redações dos jornais brasileiros começaram a se familiarizar com a palavra “infografia”, um conceito trazido por teóricos espanhóis da Universidade de Navarra. A infografia foi apresentada como um discurso oriundo da junção indissociável entre discurso verbal e discurso não verbal, a fim de explicar informações de natureza complexa de uma forma mais fácil de ser compreendida. Não demorou para que as editoriais de esportes ao redor do país passassem a utilizar a infografia em suas matérias jornalísticas. Afinal, em um esporte que cada vez mais utiliza-se de estatísticas, gráficos, vídeos, sons e imagens apelativas que mexem com a emoção do torcedor, por que não utilizar um discurso que seja tão dinâmico quanto o esporte em si? É uma alternativa para atrair a atenção de potenciais leitores e quebrar com o preconceito de que o futebol não merece ser estudado ou lido.

Partindo deste princípio, o livro *“Estrelas Solitárias – Os ídolos do Botafogo através de infográficos”* baseia-se no impacto potencial que a informação visual possui sobre a mente humana e, utilizando o discurso da infografia, apresenta-se como um produto inédito para o seu público, um compilado histórico sobre os craques alvinegros jamais feito antes. Além de ser um produto editorial por si só, o livro em questão almeja se tornar um convite para os torcedores do Botafogo de fato conhecerem a história do seu clube e se aprofundarem mais na mesma, através de uma leitura clara, objetiva e visualmente atraente. Por fim, o trabalho de conclusão de curso em questão advoga em favor de uma apropriação maior deste discurso por

¹ Disponível em: <<https://goo.gl/43NfY1>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

designers e pela disseminação desta área de estudos nos centros de formação destes profissionais no país.

2. O POTENCIAL DO DISCURSO INFOGRÁFICO

2.1. DEFINIÇÕES

Para compreensão adequada deste trabalho, há uma pergunta importante que permeia este projeto: afinal, o que é um infográfico? No que diz respeito a origem da palavra, pode-se dizer que há uma unanimidade: o termo é a tradução da contração dos termos em inglês “*information graphics*”, que resultou em “*infographics*”. Este termo passou a aparecer mais consistentemente em livros escritos na língua inglesa a partir da década de 60².

No entanto, quando nos aprofundamos na atividade da infografia em si, há definições diversas devido às questões de tradução do termo e aos focos distintos das áreas de conhecimento relacionadas que contribuem na construção de um infográfico, tal como a estatística, arquitetura da informação, design e jornalismo, para citar alguns. Isto ocorre porque trata-se de uma disciplina inerentemente multidisciplinar. Como o projeto em questão utiliza-se de metodologias e conceitos desenvolvidos dentro do jornalismo, nos delimitaremos aqui a conceitos de profissionais desta área.

Segundo Mario Kanno, infografista de referência da Folha de São Paulo, um infográfico é um dos produtos do jornalismo visual:

Denomina-se jornalismo visual a prática de combinar estrategicamente texto e imagens para melhorar a eficiência da comunicação jornalística. Os textos (informação verbal) podem ser escritos ou falados, já as imagens (informação gráfica) podem ser transmitidas utilizando fotografias, infográficos, ilustrações, cores, fios, formas, branco, tipografia, filmes, animações. Nesse contexto, o infográfico (termo originado de “*information graphics*”) é uma ferramenta com o mesmo objetivo, comunicar combinando imagens e palavras. (KANNO, 2013, p.10)

Nesta outra definição de Ary Moraes, um dos pioneiros da atividade da infografia no Brasil, é possível enxergar semelhanças conceituais:

Um infográfico (jornalístico) representa a interseção entre campos diferentes – design, ilustração e informação (jornalística) – e também a conjunção entre poéticas representativas desses campos, quais sejam o diagrama, o desenho e a prosa. Conjunção porque corresponde a seu encadeamento num elemento semiótico único, indissociável, talvez o melhor exemplo do que seja

² VITAL, A. **What Is an Infographic?** Adiomia, 3 jun. 2018. Disponível em: <<https://blog.adioma.com/what-is-an-infographic/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

um texto multimodal, entendido aqui como a combinação numa mesma sintaxe de diferentes modos semióticos para a produção de sentido. Nesse ponto, difere-se de outros elementos que também combinam tais modos, como uma página, por exemplo, uma vez que sua sintaxe não pode ser rompida sem prejuízo de seu entendimento. (MORAES, 2017, slide 10)

O diagrama abaixo, proposto pelo infografista espanhol Jaime Serra, sintetiza tal pensamento:

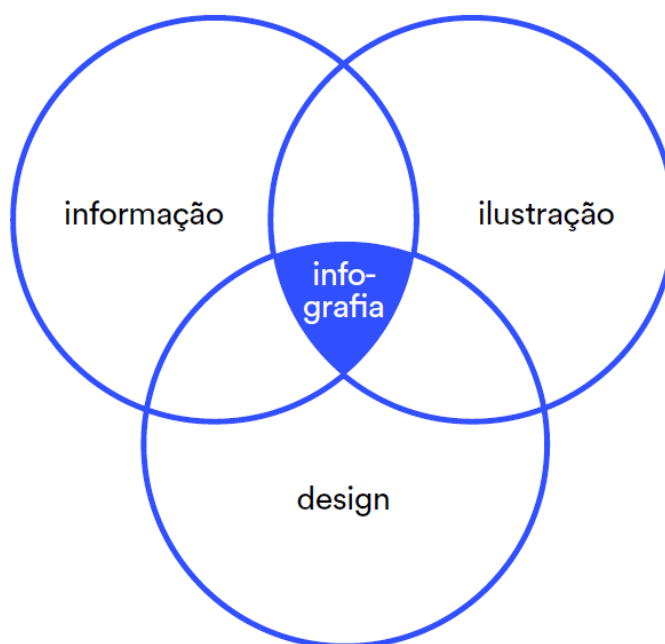


Figura 1: Reprodução do diagrama proposto por Jaime Serra em palestra proferida no auditório do jornal "O Dia", em agosto de 1998. Fonte: acervo pessoal.

Sendo a infografia uma área de interseção, ela se apresenta como um discurso multimodal indissociável. Ou seja, não existe infografia sem a coexistência destas três áreas distintas: informação, design e ilustração³.

Tendo em vista tais conceitos e as habilidades pertinentes a esta área do conhecimento, o presente trabalho trata o infográfico como um discurso da seara do designer, como a conjunção de dois tipos de discursos que se reúnem em prol de um

³ A rigor, a palavra ilustração designa tanto fotografias quanto desenhos, gravuras ou pinturas.

único objetivo: fazer o leitor compreender um assunto complexo de uma forma mais leve, fácil e agradável.

2.2. A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO VISUAL

O ser humano é um ser visual. É de sua natureza assimilar primeiro as imagens. Primeiro, nós aprendemos visualmente, depois começamos a falar e muito depois conseguimos entender e escrever as palavras. Num exemplo acadêmico recorrente: se eu disser “cadeira” não serão as letras e sílabas que formam a palavra que irão aparecer na sua mente, mas a imagem de um objeto que nosso cérebro associa com uma cadeira. Embora a maior parte do conhecimento humano esteja registrada de maneira verbal, grande parte de nossa memória e da maneira como compreendemos o mundo são visuais. (KANNO, 2013, p.12)

Numa sociedade que há muito tempo é chamada de “visual”, utilizar infográficos parece um caminho óbvio e natural. De acordo com BRADFORD (2011), os teóricos dos métodos de aprendizagem afirmam existir uma variação no modo como as pessoas absorvem, processam e fazem remissões ao que lhe são ensinados. De acordo com o autor, aprendizes verbais – ou seja, que aprendem ouvindo – constituem 30% da população. Este tipo de aprendiz se beneficia de palestras, debates, grupos de estudos e apresentações orais. Os aprendizes cinestésicos representam a menor parcela da população: apenas 5%. Este tipo de pessoa aprende mais eficientemente através do tato, tomando o papel de protagonista ao “pôr a mão na massa” e aprender conceitos na prática. Por fim, os 65% restantes são constituídos pelos aprendizes visuais, pessoas que precisam ver o que estão aprendendo. De fato, o melhor aprendizado se dá quando há um equilíbrio no uso dos estilos de aprendizagem, no entanto, é inegável a predominância do sentido da visão no processo.

Uma pesquisa do MIT de 1996 também corrobora com estas estatísticas. De acordo com o Prof. Mriganka Sur do Departamento de Ciências Cognitivas e do Cérebro do MIT, metade do cérebro humano é dedicado direta ou indiretamente à visão⁴.

⁴ MIT Research - Brain Processing of Visual Information. Disponível em: <<http://news.mit.edu/1996/visualprocessing>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

Por fim, reforça também este posicionamento a Dra. Lynell Burmark, autora de livros e artigos sobre literatura visual:

As palavras são processadas pela nossa memória de curto prazo, onde só podemos reter cerca de sete bits de informação (com variação de mais ou menos dois). [...] As imagens, por outro lado, vão diretamente para a memória de longo prazo, onde são gravadas indelevelmente.⁵

De acordo com as pesquisas de Burmark, podemos inferir que, ao usar a combinação da linguagem verbal e não verbal, potencializamos a gravação de determinada informação na memória do espectador. A linguagem verbal é reforçada através da sua coesão indissociável com a linguagem visual, assim utilizando a memória de longo prazo também.

A diferença de velocidade com que informações visuais e textuais são processadas também é um fato. Embora não haja estudos científicos que mensurem tais velocidades, há estudos que indicam que o cérebro humano é mais exigido quando se lê textos do que quando se vê imagens ou se fala. Ken Hugh, doutor, presidente e diretor de pesquisa na *Haskins Laboratories*, uma comunidade internacional de pesquisadores dedicados ao estudo da linguagem falada e escrita, diz que:

Partes do cérebro que se desenvolveram para outras funções – como visão, idioma e associações – se conectam num circuito neural específico para ler, o que é muito mais desafiador para o cérebro (tradução nossa)⁶.

Isto significa que o ato de ler é, de fato, um “exercício físico” para o cérebro. Em razão do cérebro humano trabalhar mais para processar textos, não é surpresa que, em média, as pessoas leiam apenas 28% das palavras numa página da web⁷ e que seja comum o hábito de ler antes de dormir, por exemplo.

Dado todo o embasamento científico supracitado, a criação de comunicações visuais eficientes se mostra um assunto muito importante. O impacto visual da

⁵ **Why visual literacy.** Disponível em: <<http://tcpd.org/Burmark/Handouts/WhyVisualLit.html>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

⁶ **What Does Reading Before Bed Do To An Adult's Brain?** The Sleep Matters Club, 4 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.dreams.co.uk/sleep-matters-club/what-does-reading-before-bed-do-to-an-adults-brain/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

⁷ **How Little Do Users Read?** Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

infografia no Brasil se faz mais necessário ainda, uma vez que nossa população pouco lê. Segundo pesquisa do IBOPE de 2016 sobre o hábito de leitura dos brasileiros, 44% da população, ou seja, quase metade, não lê⁸. Em contrapartida, dados de 2016 indicam que 63% se informam preferencialmente através da televisão⁹. Tendo em vista a predileção do público brasileiro por meios de comunicação essencialmente visuais, a infografia pode ser vista como uma ferramenta de persuasão e democratização da informação, uma vez que facilita o entendimento de assuntos complexos.

Embora esta visão seja amplamente propagada, KANNO (2013) é enfático:

O infográfico não tem o poder milagroso de ‘fazer coisas complexas ficarem simples’, ele é apenas a melhor maneira de representar certo tipo de informação. Da mesma forma que o texto é o meio mais eficaz de descrever outros tipos de informação e a foto é mais eficiente em outros casos. (KANNO, 2013, p.11)

Sendo assim, o que consideramos conteúdos complexos e que podem ser simplificados através da infografia, na verdade, seriam assuntos que não poderiam ser representados de outra forma senão através de infográficos. Desta forma, a infografia não se coloca como uma candidata a substituir o texto escrito – até porque, um infográfico não existe sem textos – mas sim como um discurso independente feito para conteúdos específicos. No entanto, dada a conjuntura social brasileira atual e ao fato de que as pessoas têm cada vez menos tempo para o consumo da informação, a potencial “função social” da infografia não deve ser ignorada e pode ser explorada cada vez mais.

2.3. DO ESTATÍSTICO AO DESIGNER

Podemos observar os princípios da infografia sendo aplicados desde 1786, quando o estatístico e economista inglês William Playfair fundou as bases da visualização de dados ao criar abstrações com formas geométricas simples aliadas à

⁸ **44% da população brasileira não lê e 30% nunca comprou um livro, aponta pesquisa Retratos da Leitura.** Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/44-da-populacao-brasileira-nao-le-e-30-nunca-comprou-um-livro-aponta-pesquisa-retratos-da-leitura/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

⁹ **TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

informação. Desta maneira, Playfair foi o autor dos primeiros gráficos de pizza, linha e barra que conhecemos.

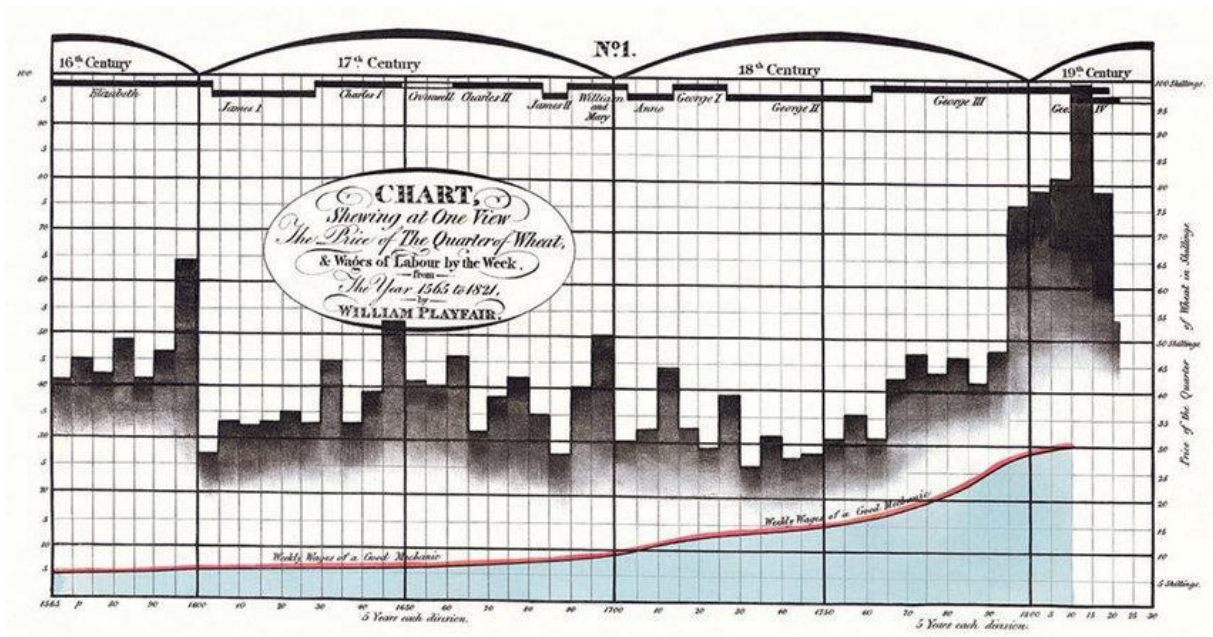


Figura 2: Gráfico de linha e barra criado por William Playfair em 1821, mostrando o preço do trigo em relação a salários semanais. Fonte: <https://goo.gl/images/TK9SJ8>

Se a Playfair é atribuído a autoria dos primeiros gráficos autônomos, ao engenheiro civil francês Charles Minardi foi atribuído o primeiro infográfico da história. Em 1861, Minardi criou uma peça de design de informação (Figura 3) na qual retratava a campanha da invasão de Napoleão na Rússia.

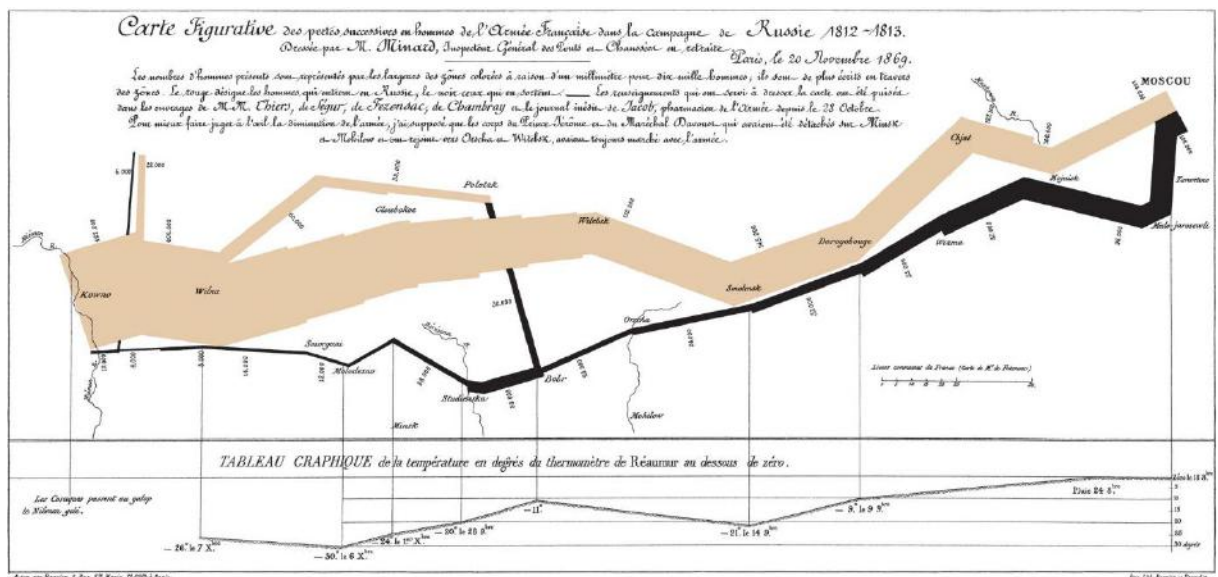


Figura 3: Gráfico de linha e barra criado por Charles Minardi em 1861, mostrando a campanha da invasão de Napoleão na Rússia.

Figura 3: A articulação de informações distintas numa única peça caracteriza o que é conhecido como o primeiro infográfico, atribuído à Charles Minardi. Fonte: <https://goo.gl/images/Cy9dCu>

Neste trabalho, Minardi analisou quatro diferentes variáveis que contribuíram para a queda de Napoleão: a direção do exército enquanto viajava, a localização das tropas passadas, o tamanho do exército quando as tropas morreram de fome ou feridas e as temperaturas congelantes.

A congruência de todas estas informações verbais e não verbais em uma única superfície bidimensional foi a primeira a demonstrar o caráter multimodal indissociável que caracteriza um infográfico. A partir deste momento, novos infográficos foram criados e os estudos na área foram avançando cada vez mais, sendo o jornalismo um dos maiores contribuintes.

A contribuição do jornalismo não se deu à toa. Considerando a popularidade da televisão a cores na década de 60 e o aperfeiçoamento do telejornalismo, os jornais impressos precisaram ficar mais elaborados com o passar do tempo para ter uma vantagem competitiva em relação a televisão. Dado o contexto, vale destacar o pioneirismo do tabloide norte americano *USA Today*. Um dos seus diferenciais na época, era a forma com que ele falava com o público. Diferente de seus concorrentes, mais dissertativos e impressos em preto e branco, o *USA Today* era um jornal que usava textos curtos e objetivos. Além disto, utilizou-se das inovações técnicas de sua época para reproduzir imagens e gráficos coloridos, atributos que o aproximavam mais da forma de comunicação televisiva.

Vendo o discurso da infografia como uma vantagem competitiva, os jornais foram os grandes responsáveis pelo desenvolvimento e profissionalização da área. Dentro das redações o termo se popularizou e tornou-se alvo de estudos, além do alcance da distribuição dos jornais ter proporcionado a disseminação deste discurso no imaginário coletivo. Desta maneira, pode-se dizer que a infografia é uma área de estudos que, a priori, não era relacionada ao campo do design, mas sim ao jornalismo. Entretanto, a partir do momento que a linguagem verbal (seara do jornalista) se fundiu num único discurso com a linguagem não verbal (seara do designer, fotógrafo e ilustrador) a fim de se tornar mais compreensível, é urgente que a infografia seja cada vez mais estudada, discutida e praticada por designers gráficos, de interface, experiência, motion, entre outros. Embora ela seja praticada nos jornais brasileiros há

pelo menos trinta anos, o ensino deste discurso ainda vem se desenvolvendo dentro dos centros de formação de designers no Brasil.

Designers sempre se proclamaram e foram vistos como profissionais de vanguarda e os infográficos surgiram para atender uma demanda que hoje nos é muito atual: a difusão do conhecimento através de um sistema híbrido, que reúne características técnicas e formais de áreas distintas, um discurso inerentemente multidisciplinar. Características estas que são muito pertinentes e desenvolvidas durante a formação de um designer, mais do que em qualquer outro profissional.

A infografia é a arte de tornar claro aquilo que é complexo e talvez não haja nada mais urgente no atual momento histórico. (MORAES, 2013, p. 16)

3. O PRODUTO

3.1. O MERCADO EDITORIAL DE ESPORTES

O nicho editorial de livros de futebol no Brasil é pequeno e somente aquecido na ocorrência de grandes eventos do esporte. Para se ter uma ideia, em 2014, com a aproximação da Copa do Mundo no Brasil, apenas no primeiro semestre daquele ano já haviam sido lançados cerca de 140 livros de futebol. Segundo os registros feitos pelo bibliotecário do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), do Museu do Futebol de São Paulo, Ademir Massayoshi Takara, entre os anos de 1903 e 2013 foram publicados apenas 3.040 títulos sobre o esporte, uma quantidade relativamente pequena dado o intervalo de tempo¹⁰.

Um dos possíveis motivos pela baixa produção editorial sobre futebol pode ser encontrado no livro “*Veneno remédio. O futebol e o Brasil*”, no qual o ensaísta Wisnik afirma:

Em geral, quem vive o futebol não está interessado em ler sobre ele mais do que a notícia de jornal ou revista, e quem se dedica a ler livros e especulações poucas vezes conhece o futebol por dentro. Pierre Bourdieu observa, por exemplo, que a sociologia esportiva é desdenhada pelos sociólogos e menosprezada pelos envolvidos com o esporte[...]. No limite, a onipresença do jogo de bola soa abusiva e irrelevante para quem acompanha a discussão cultural. Assim, mais do que um desconhecimento recíproco entre as partes, pode-se falar, de fato, de uma dupla resistência. Viver o futebol dispensa pensá-lo, e, em grande parte, é essa dispensa que se procura nele. (WISNIK, 2008, p. 11)

Embora não estatisticamente comprovado, a afirmação de Wisnik encontra eco na sociedade ao olharmos a quantidade de livros na seção dedicada a esporte de uma livraria qualquer. Embora seja possível encontrar hoje em dia livros como “*World Football Infographics*”, publicado pela Opta, ou o “*Infographic guide to sports*” de Daniel Tatarsky, os livros de futebol utilizam-se massivamente do discurso verbal. Segundo o mesmo estudo supracitado do CRFB, entre os 3.040 livros destacam-se como mais publicados os de clubes (nacionais ou estrangeiros), os de literatura (crônica, ficção, poesia e infantil) e as biografias (de jogador, técnico, jornalista ou dirigente).

¹⁰ O nicho editorial dos livros de futebol: esporte também para ser lido. Ludopédio, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/esporte-tambem-para-ser-lido-o-nicho-editorial-dos-livros-de-futebol/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

Ainda que seja um problema e uma característica geral do brasileiro ler pouco, há uma janela de oportunidade editorial para a infografia, dado o potencial do seu discurso. Editor de arte do Jornal O Globo, o infografista Rubens Paiva advoga a favor dos videográficos (infografia em vídeo) como porta de entrada para novos leitores de jornais:

Eu acho que a infografia e os videográficos são acessórios, eles são boas maneiras de convidar as pessoas a consumir esses textos, que sim, vão exigir uma certa dose de fé. [...] Pode ser uma forma de, finalmente, convidar o leitor a ler. Um videográfico pode ser uma boa ponte para o leitor desmistificar esta leitura, para ele acreditar que sim, que ele pode ler aquele texto. [...] Os infográficos que nós fazemos podem ser ferramentas de persuasão, para mediar isso. A videografia pode ajudar a dar um acesso melhor a certos conteúdos. A gente tem um papel muito importante para o futuro do jornalismo, sim. Nós vamos estar na ponta de lança de arregimentar mais leitores.¹¹

3.2. CONCEITO DO LIVRO

Fundado no dia 12 de agosto de 1904, o Botafogo é um dos clubes mais antigos e tradicionais do país. Ao ser indicado pela FIFA ao seleto grupo dos maiores clubes do século XX, teve reconhecida sua grandeza e importância para o futebol nacional: o Botafogo foi o clube que mais cedeu jogadores à seleção brasileira até hoje. Não é exagero dizer que, no mínimo, três dos cinco títulos mundiais do Brasil possuem grande contribuição dos craques revelados pelo Botafogo, o que é, sem dúvidas, motivo de orgulho para a torcida alvinegra.

Outro motivo de orgulho para o torcedor alvinegro é o seu escudo, símbolo da fusão de dois clubes: o Botafogo Football Club e o Club de Regatas Botafogo. Em suma, do Botafogo Football Club herdou-se o formato de brasão suíço e do Club de Regatas herdou-se a Estrela Solitária. Esta fusão de símbolos resultou em um dos escudos mais bonitos do mundo. Em 2008 a revista japonesa T-Sports elegeu os 100 escudos de futebol mais bonitos do mundo e o símbolo alvinegro ficou em primeiro lugar¹². No ano seguinte ficou em primeiro lugar mais uma vez num ranking feito pelo portal Esporte Fino¹², por uma comissão formada por jornalistas, uma designer gráfica

¹¹ **O fim da infografia.** Visual+mente, 4 mai. 2016. Podcast. 107 min. Disponível em: < <https://soundcloud.com/visualmente/27-o-fim-da-infografia>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

¹² **Campeão também em Design.** Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/entre-aspas/campeao-tambem-em-design/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

e um historiador. Até hoje, em pesquisas diversas, o escudo do Botafogo sempre aparece em destaque.

Não à toa, o autor de importantes livros sobre o design brasileiro, Chico Homem de Melo, destaca a qualidade e o rompimento com a tradição que representou o escudo do Botafogo de Futebol e Regatas em 1942:

[...]No âmbito do futebol, a principal notícia é a adoção pelo Botafogo de um escudo que rompe com a tradição dos monogramas ou dos sinais simplesmente transplantados da tradição heráldica. A heráldica continua presente, mas a concisão da estrela sozinha no campo aproximadamente triangular dá ao conjunto um sentido de síntese que é raro quando se trata de escudos. A força do sinal pode ser medida pelo fato de o clube ter se tornado conhecido como o time da 'estrela solitária'. (MELO, C. H. DE; RAMOS, E., 2011, p. 208.)

O designer e escritor brasileiro Bruno Porto¹², que inclusive é botafoguense, enaltece as características técnicas que qualificam o escudo como um objeto de design de alto nível:

Tecnicamente, o escudo possui altíssimos níveis de legibilidade, redução, reprodução (inclusive dentro do mais baixo custo de reprodução gráfica, em preto e branco, em qualquer técnica), reversibilidade, pregnância, simplicidade, o máximo da concisão sem perder o impacto.

A força do escudo do Botafogo e sua importância histórica para o design nacional foi reconhecida em 1998 na IV Bienal Brasileira de Design Gráfico (1998)¹², quando foi escolhida como uma das 50 obras mais importantes do design brasileiro. Vale destacar que foi o único escudo de clube a ser escolhido na lista.

Sendo a marca do Botafogo um objeto de design por excelência, o projeto gráfico deste produto comporta-se como uma peça da mesma identidade visual, baseando-se essencialmente em três palavras-chave que sintetizam o espírito do clube:

- Tradição
- Clássico/Histórico
- Minimalismo

3.3. NAMING

Por razões já elencadas, o símbolo do Botafogo é tão forte e popular que virou sua alcunha. Porém, pouco se fala no motivo da estrela solitária ter se tornado o símbolo máximo do clube. O ator e comediante botafoguense Marcelo Adnet sintetiza a história da seguinte forma:

Vale dizer que a estrela solitária vem do Clube de Regatas Botafogo, fundado em 1894. Botafogo não é só futebol: graças aos remadores que cedo madrugavam na Enseada e, por isto, frequentemente viam o planeta Vênus, a Estrela D'Alva, brilhando com força sobre o horizonte. Daí a estrela - na verdade, um planeta - que só perde em brilho para o Sol e a Lua - como símbolo máximo do atual Botafogo de Futebol e Regatas.¹³

Baseado neste conceito, o título se aproveita de uma marca já consagrada do Botafogo para mostrar que, embora solitária, esta estrela foi formada por outras grandes estrelas do futebol também. Ao pluralizarmos a Estrela, o título torna-se uma homenagem aos ídolos botafoguenses.

3.4. PROJETO GRÁFICO

3.4.1. Referências visuais

A busca por referências do mundo do esporte e da infografia refletiu os conceitos chave do projeto. Nas ilustrações de cada craque é possível observar uma referência clara à campanha da Nike “República Popular do Corinthians”, realizada pelo estúdio Black Madre Atelier (Figura 4)

¹³ **Parabéns Botafogo, obrigado Chiquitota!** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/parabens-botafogo-obrigado-chiquitota-2869232>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

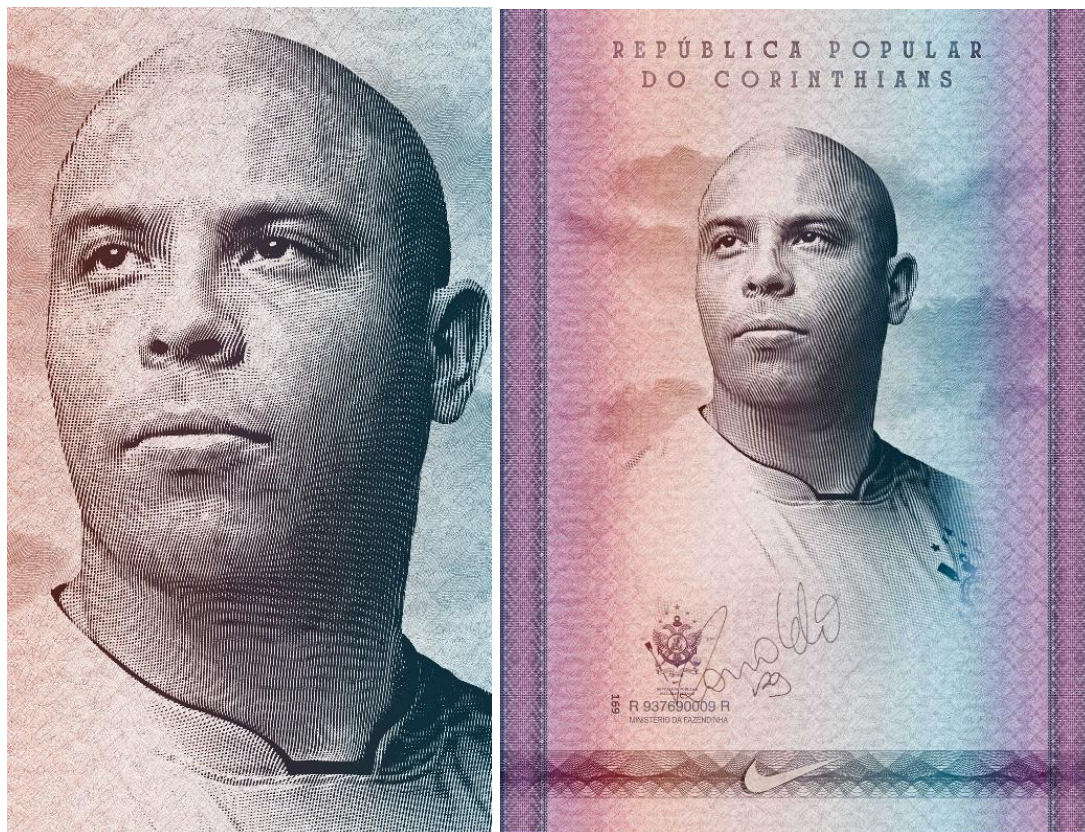


Figura 4: Exemplo de pôster da campanha “República Popular do Corinthians”. A estética épica e o tratamento fotográfico foram grandes inspirações deste projeto. Fonte: <https://www.behance.net/gallery/24702097/Nike-Republica-Popular-do-Corinthians>

Neste projeto predomina a estética épica, heroica e histórica na forma como os jogadores do Corinthians são retratados, características também pertinentes ao projeto em questão.

No âmbito dos infográficos, as maiores referências foram os trabalhos desenvolvidos pelo site Globoesporte.com. Destaca-se o infográfico “Messi 30 anos” (Figura 5), do qual observou-se a limpeza e clareza das visualizações de dados e a própria arquitetura da informação dos dados pertinentes a um infográfico de jogador de futebol.

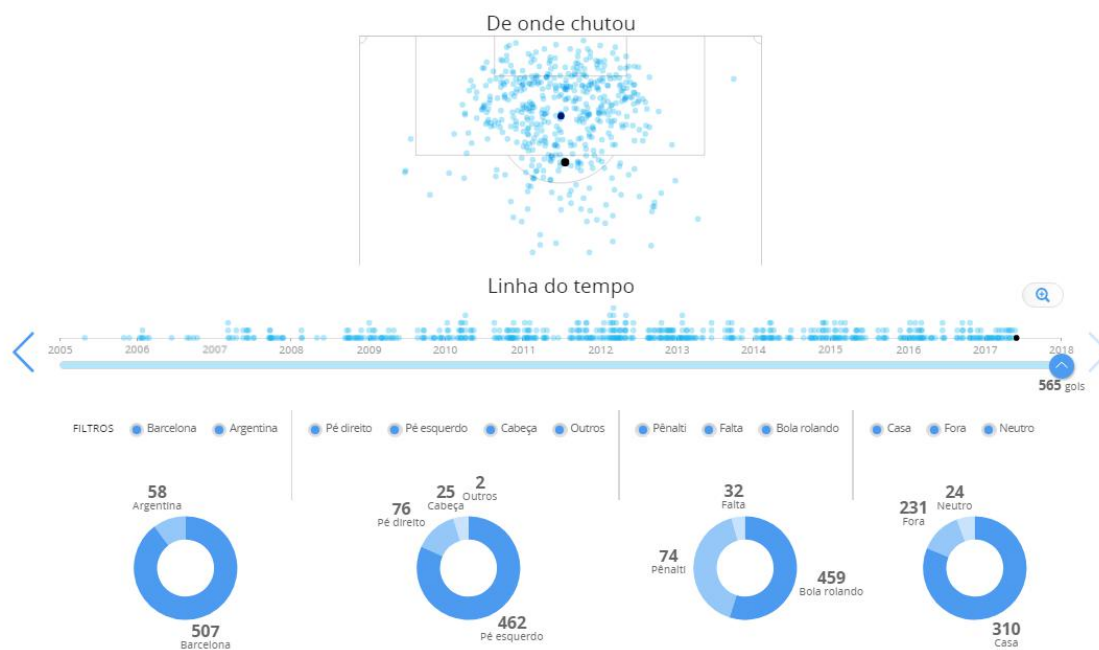


Figura 5: Trecho do infográfico “Messi 30 anos” relativo à visualização de dados.
 Fonte: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/messi-30-anos>

Ainda no mundo da infografia, o especial “O Nascimento do futebol arte” (Figura 6) de autoria do infografista Ary Moraes, foi uma grande referência em termos de composição, diagramação, coesão dos elementos e também para as seções de reconstrução de jogadas.

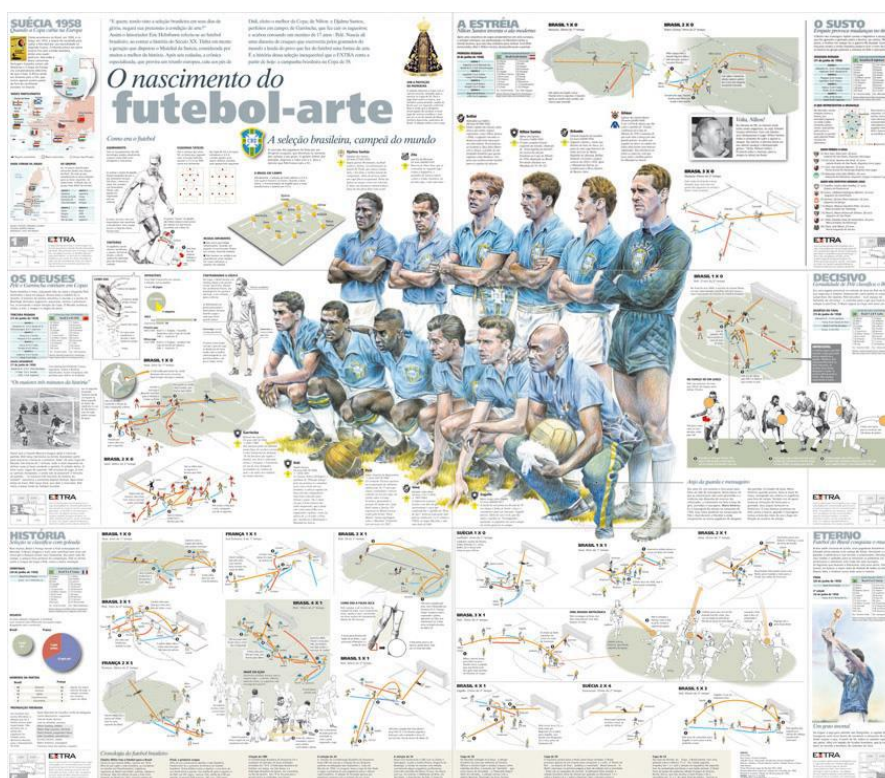


Figura 6: Infográfico especial completo, formado por várias edições menores, conta através da infografia a trajetória do Brasil na Copa do Mundo de 1958, a primeira conquistada pela seleção.
Fonte: <https://arypmoraes.myportfolio.com>

3.4.2. Paleta de cores

Tendo como base as três palavras chaves que guiaram a concepção do projeto gráfico, as cores fortalecem este conceito através de uma paleta restrita (Figura 7), figurando principalmente o preto e branco. Embora óbvia, a escolha se dá também pelo aspecto histórico impregnado na peça, estereótipo classicamente atribuído ao uso do preto e branco. Para fortalecer este posicionamento e agregar mais elegância, foram utilizados tons de bege a fim de simular um efeito sépia, quebrar a monocromia em alguns momentos e também para distinguir dados nos infográficos. Neste projeto em geral, o padrão de tons de bege é utilizado em títulos, linhas e em dados referentes à seleção brasileira.



Figura 7: Paleta de cores utilizada no projeto. Fonte: acervo pessoal

3.4.3. Tipografia

Num material gráfico tão complexo como um infográfico, é preciso contar com famílias tipográficas flexíveis, com uma vasta gama de fontes para os vários níveis que possuem a hierarquia tipográfica de um infográfico. É fundamental também a escolha de fontes altamente legíveis, tendo em vista a variação de tamanhos. Para cumprir o papel de corpo de texto, foi escolhida a clássica família *Gill Sans* (Figura 8), projetada pelo tipógrafo inglês Eric Gill. Em infografia trabalha-se tradicionalmente com fontes sem serifa e, dentre as tantas fontes sem-serifa existentes atualmente, a tradicional *Gill Sans* se encaixa perfeitamente no projeto por ser uma sem-serifa humanista, diferentemente de fontes como a *Futura*, por exemplo, que é uma sem-serifa geométrica. Trata-se aqui de uma vantagem, pois para blocos de textos médios e longos, fontes puramente geométricas são cansativas para leitura e possui caracteres menos distintos. A *Gill Sans*, por sua vez, traz tanto o aspecto

moderno e limpo das sem-serifa geométricas, ao mesmo tempo em que é altamente legível até em pequenos tamanhos graças aos seus terminais e bojos curvilíneos, além de sua abertura equilibrada, ora grande, ora moderada.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï
& | 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (\$ £ . , ! ?)

Figura 8: Amostra dos principais caracteres da fonte Gill Sans Regular. Fonte: <https://goo.gl/images/m2BHt6>

Embora o uso de uma sem-serifa humanista seja essencial na infografia, o projeto também conta com a *Neutra Text* (Figura 9), uma fonte sem-serifa geométrica clássica e consolidada no mercado tipográfico. Projetada por Christian Schwartz, sua construção rigorosamente geométrica foi baseada nos princípios de arquitetura e design do arquiteto Richard Neutra¹⁴, tendo como referência as sinalizações dos prédios projetados pelo próprio. Não à toa, a inspiração para o uso desta família veio justamente da sinalização da fachada da sede Mourisco-Mar do Botafogo, a qual possui um enorme letreiro com o nome do clube composto numa fonte sem-serifa geométrica similar à Neutra (Figura 10). O uso da Neutra nos infográficos se dá principalmente em subtítulos e nas estatísticas em destaque, uma vez que,

¹⁴ **Neutraface by House Industries**. Disponível em: <<https://houseind.com/hi/neutraface>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

esteticamente, os caracteres numéricos da Gill Sans não possuem tanta presença e polimento quando exibidos em grandes escalas se comparados à Neutra.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàåéîõøü&
1234567890(\$£€.,!?)



Figura 9 (esq.): Amostra dos principais caracteres da fonte Neutra Text Regular.
Fonte: <https://goo.gl/images/rifP4Q>

Figura 10 (dir.): Fachada da sede Mourisco Mar, com o letreiro em tipografia sem-serifa geométrica.
Fonte: <https://goo.gl/images/QnCtzS>

Tratando-se de combinações tipográficas, contraste é essencial. Para equilibrar o uso de fontes sem serifa, majoritárias no projeto gráfico, foi escolhida a fonte serifada *ArnhemFine* (Figura 11). Criada pelo tipógrafo holandês Fred Smeijers, a *Arnhem* foi projetada originalmente para compor grandes quantidades de texto no jornal holandês *Nederlandse Staatscourant*¹⁵. Esta “origem jornalística” é importante para o projeto gráfico também, uma vez que ressalta características clássicas e tradicionais. Por ter sua construção mais refinada e possuir uma altura-x menor que a *Arnhem*, a *ArnhemFine* complementa a família sendo utilizada para grandes títulos e destaques, tal como acontece no projeto em questão. Embora com variações de peso um pouco mais restritas, se mostrou suficiente na hierarquia estabelecida.

¹⁵ **Typedia: Arnhem.** Disponível em: <<http://typedia.com/explore/typeface/arnhem/>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

**ABCDEFGHIJKLMNO
 PQRSTUVWXYZÀÁÊË
 abcdefghijklmnopqrst
 uvwxyzàáé&12345678
 901234567890(\$£€.,!?)**

Figura 11: Amostra dos principais caracteres da fonte ArnhemFine Bold. Fonte: <https://goo.gl/images/pH21Yk>

3.4.4. Iconografia

Os infográficos em questão utilizam-se de poucos pictogramas, sendo a maioria dos gráficos pautados em formas geométricas básicas. No entanto, quando há ocorrência, como é o caso dos títulos, reconhecimentos individuais e nas reconstituições de lances marcantes, foram utilizados pictogramas sólidos para garantir mais presença sobre a superfície majoritariamente branca da composição.

As ilustrações dos jogadores por sua vez, foram criadas através de manipulação digital a partir de fotografias históricas, com o objetivo de imprimir uma estética de gravura. Esta técnica foi utilizada também devido à escassez de fotos gratuitas em boa qualidade para criação e mostrou-se uma solução suficiente para este trabalho, embora não ideal.



Figura 12: Exemplo do processo de manipulação para a ilustração de Heleno de Freitas. Fonte: acervo pessoal.

3.4.5. Formato

A escolha do formato diz muito sobre a natureza do livro e sobre o seu valor projetual gráfico. Infográficos impressos pedem por espaços maiores, a fim de propiciar uma navegação não-linear mais proveitosa ao leitor. Logo, os formatos padrões de mercado que variam de 13 x 20cm a 15 x 23cm seriam pequenos e não agregariam o diferencial editorial necessário a este tipo de publicação. Após a análise de diversos livros em grandes formatos, foi escolhido o formato 21 x 28cm como mais apropriado.

3.4.6. Papel

Geralmente, livros comuns possuem o miolo impresso em papel de 80 a 90g de gramatura. A fim de agregar valor físico e diferenciar o produto, o papel do miolo escolhido possui 150g de gramatura, uma gramatura média que dá mais robustez ao objeto. Ao invés do couché, foi escolhido o offset alta alvura, pois num papel sem camada de gesso as cores de fato penetram na superfície. Desta forma se apresentam mais opacas e pastéis, o que configura uma estética desejada para um projeto como este, exprimindo classicismo e tradição. A capa por sua vez é dura e possui acabamento em laminação fosca.

4. DESIGN E PROCESSO

4.1. PROCESSO DE CRIAÇÃO

O processo de criação de infográficos neste projeto seguiu proposta similar à de MORAES (2013) adaptado da realidade de um jornal para a realidade de uma produção solo (Figura 13).

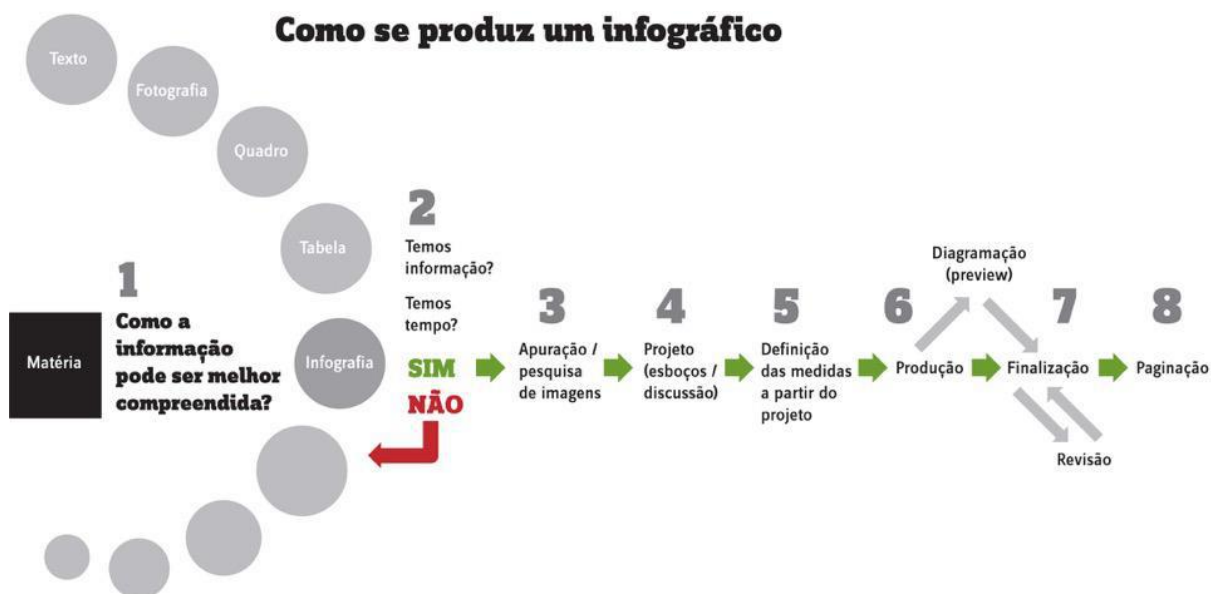


Figura 13: Resumo dos procedimentos relacionados na produção de infográficos. (MORAES, 2013, p. 68)

Levando em consideração que a pauta já está delimitada pelo tema deste projeto, esta etapa não aparece no processo. Desta forma, o processo seguiu basicamente estas etapas:

4.1.1. Escolha de jogadores

Os critérios utilizados para escolha dos jogadores foram: relevância na história do Botafogo, relevância na história do futebol nacional, atuação majoritária pelo Botafogo, reconhecimentos prévios e períodos de atuação. Este último critério foi o mais importante, pois buscou-se contemplar vários períodos da história do clube, sendo que, normalmente, os ídolos da década de 60 são sempre mais privilegiados em *rankings*, tendo em vista que esta foi a época mais frutífera para o clube. Buscando equilibrar a representatividade de períodos no clube, foram introduzidos jogadores que muito contribuíram com o clube e por vezes são pouco reconhecidos até mesmo pela

própria torcida. São estes jogadores: Flávio Ramos (décadas de 1900 e 1910), Nilo (décadas de 1920 e 1930), Carvalho Leite (décadas de 1930 e 1940), Maurício (década de 1980), Túlio Maravilha (década de 1990) e Jefferson (década de 2000 e 2010). Além destes, jogadores consagrados como Heleno de Freitas, Nilton Santos, Garrincha, Quarentinha, Amarildo, Didi, Zagallo, Manga, Jairzinho, Paulo César Caju e Marinho Chagas, também entraram para a lista

4.1.2. Definição de dados comuns e variáveis a todos os jogadores

A fim de imprimir consistência — tanto gráfica quanto de conteúdo — ao projeto, foram levantadas as categorias de dados mais relevantes relativos a cada jogador e que fossem pertinentes às suas posições. A variação das informações pertinentes a posições distintas foi um dos desafios do projeto, pois demandou visualizações de dados e blocos de informações flexíveis e que, ao mesmo tempo, mantivessem a mesma coesão visual do projeto como um todo. Por fim, os blocos de informações padrões definidos foram:

- A. **Dados biográficos (Figura 14):** nome completo, apelido, data de nascimento, falecimento (se pertinente) e pequena biografia;



Figura 14: Detalhe da seção "Dados biográficos" do jogador Garrincha. Fonte: acervo pessoal.

- B. Ficha técnica (Figura 15):** posição, jogadores contemporâneos e número da camisa. Quando o infográfico é sobre um goleiro, acrescenta-se também a informação da altura do mesmo em relação a outro que apareça no livro também;



Figura 15: Detalhe da seção "Ficha técnica" do jogador Túlio Maravilha. Fonte: acervo pessoal.

- C. Citação (Figura 16):** recorte de texto de algum escritor/jornalista sobre o jogador ou depoimento do próprio;



Figura 16: Detalhe da seção "Citação" do jogador Heleno de Freitas. Fonte: acervo pessoal.

- D. História no Botafogo (Figura 17):** linha do tempo com os principais fatos que marcaram a carreira do jogador aliado a um gráfico que contabiliza os títulos ao longo dos anos no Botafogo e na seleção brasileira;



Figura 17: Detalhe da seção “História no Botafogo e na Seleção” do jogador Nilton Santos. Esta seção apresenta-se em formato de linha do tempo. Fonte: acervo pessoal

- E. **Títulos no Botafogo (Figura 18):** gráfico *sunburst*¹⁶ que contabiliza e categoriza em três níveis genéricos o total de títulos pelo Botafogo (títulos estaduais, nacionais e internacionais) e pela seleção brasileira (torneios amistosos, continentais e mundiais). Para jogadores com menos títulos, a categorização é menos generalizada, como é o caso de Túlio Maravilha, no qual os títulos são nomeados. Também compõe esta seção a estante de prêmios e reconhecimentos individuais conquistados pelo Botafogo e pela Seleção no recorte de tempo em que atuou pelo clube alvinegro.

¹⁶ Gráfico Sunburst: Esse tipo de visualização mostra a hierarquia por meio de uma série de anéis, divididos para cada nó de categoria. Cada anel corresponde a um nível na hierarquia, com o círculo central representando o nó raiz e a hierarquia movendo-se para fora dele.



Figura 18: Detalhe da seção “Títulos no Botafogo e na Seleção” do jogador Garrincha. Fonte: acervo pessoal.

F. Estatísticas (Figura 19): nesta seção, no geral, apresentam-se em gráficos de pizza as proporções de gols e partidas pelo Botafogo e pela seleção brasileira. Em seguida a média de gols por jogo por ambas as equipes também e, por último, onde situa-se no ranking de jogadores que mais atuaram e entre os maiores artilheiros do clube. Os dados padrões dos infográficos foram definidos desta forma, pois em sua maioria, os ídolos são jogadores ofensivos. No entanto, quando o infográfico aborda um jogador defensivo, as estatísticas são adaptadas de acordo com a pertinência dos dados, como por exemplo, o goleiro Jefferson. No caso, o gráfico demonstra a proporção de jogos em que sofreu e em que não sofreu gols. Ao invés de mostrar a média de gols por partida, mostra-se o aproveitamento das equipes com Jefferson em campo. Por fim, na parte de rankings, ao invés de exibir os jogadores que mais fizeram gols, situamos Jefferson entre os jogadores que mais agarraram pênaltis pelo Botafogo;

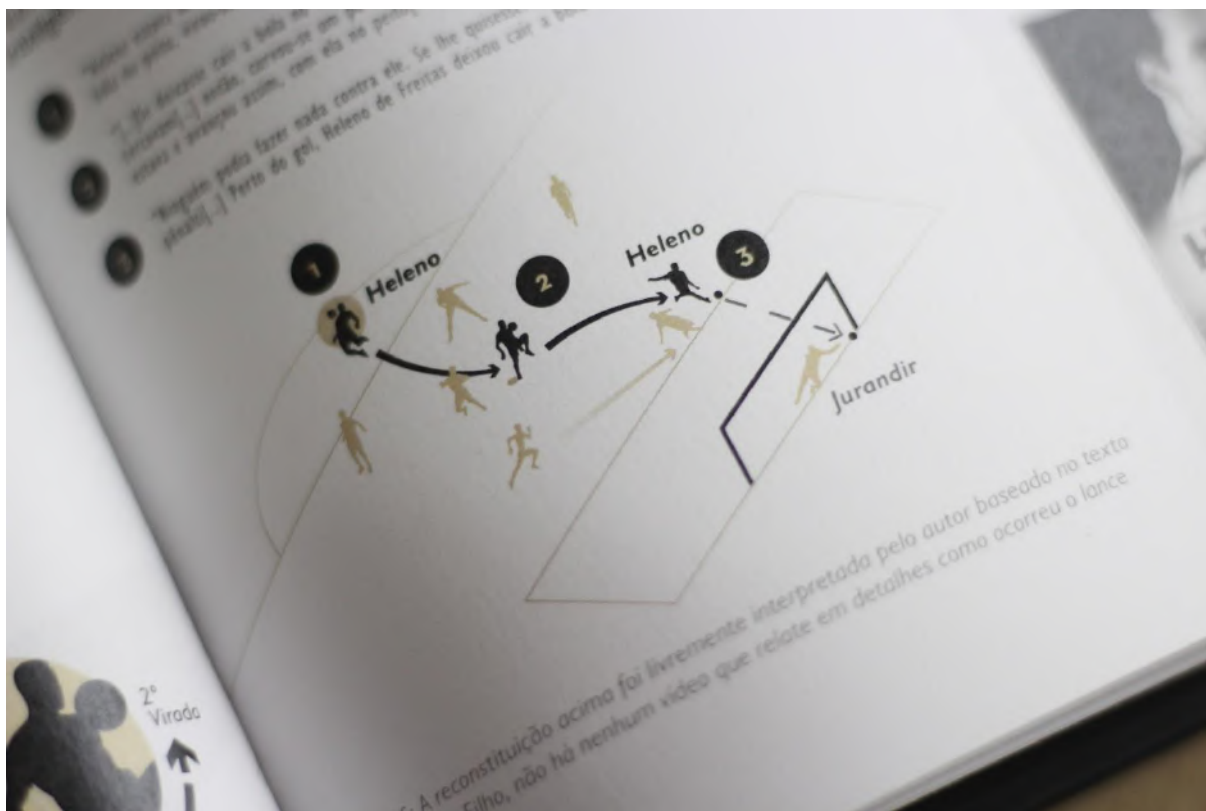


Figura 20: Detalhe da seção “Lance Marcante” do jogador Heleno de Freitas. Fonte: acervo pessoal.

- H. **Curiosidades (Figura 21):** esta seção varia consideravelmente de acordo com o jogador em questão, mas no geral, pode trazer tanto notas textuais como outros diagramas, como é o caso de Garrincha, no qual explica-se a sua deformidade física e a origem de seu apelido.



Figura 21: Detalhe da seção “Curiosidades” do jogador Garrincha. Fonte: acervo pessoal.

4.1.3. Pesquisa/Apuração

Provavelmente a parte mais complexa e trabalhosa do projeto, a pesquisa foi conduzida de forma independente, ou seja, não contou com a ajuda de instituições oficiais que representassem o Botafogo ou os jogadores de alguma forma. A pesquisa foi conduzida desta maneira a fim de não criar entraves num projeto de graduação, que possui um prazo bem definido. Desta maneira, a pesquisa se deu exclusivamente através de ferramentas de busca da internet, tomando como ponto de partida páginas de referência das páginas consultadas no Wikipédia. Através deste método, foram encontradas fontes de informação sobre conteúdos estatísticos e históricos do Botafogo e da Seleção. Dentre as principais fontes, cabe destacar os sites:

- A. **DataFogo (<https://datafogo.blogspot.com>)**: blog gerido pelo torcedor e pesquisador da história do clube Cláudio Falcão. Neste blog, Cláudio divulga estatísticas, plantéis, campanhas e rankings dos mais diversos sobre a história do Botafogo. Conta também com levantamentos de outros

pesquisadores botafoguenses, tal como Pedro Varanda, um dos mais recorrentes durante as pesquisas;

- B. RSSF Brasil (<https://www.rssfbrasil.com>):** o Rec. Sport Soccer Statistics Foundation é o maior site de estatísticas sobre futebol no mundo e o mais citado em fontes de outras pesquisas. A parte dedicada ao Botafogo é curada pelos pesquisadores Pedro Varanda e Auriel de Almeida;
- C. Mundo Botafogo (<http://mundobotafogo.blogspot.com/>):** gerido por Rui Moura, é mais um dos sites com pesquisas feitas por torcedores/pesquisadores;
- D. Botafogo de Futebol e Regatas (<http://botafogo.com.br>):** o site oficial do Botafogo obviamente não foi ignorado. Consultado pontualmente como fonte de dados, seu acervo estatístico e histórico não é tão profundo quanto dos outros sites supracitados. O site oficial foi mais utilizado para a criação de textos adaptados a partir das biografias dos craques que estão disponíveis no site.

Todos os sites acima foram fontes de informações e estatísticas e tiveram seus dados cruzados entre si. Quando ocorreu alguma divergência de fontes, a preferência foi dada ao site RSSF Brasil.

Tão complexo quanto o levantamento destes dados foi o de imagens para o projeto. A fim de contornar a escassez de fotos em alta qualidade para impressão, dado o fator histórico dos registros e questões de licenciamento, foram feitas ilustrações vetoriais a partir de fotografias de baixa resolução. Adotando um recurso estilístico que remete às gravuras em metal, além de resolver os problemas supracitados, o tratamento gráfico dado as fotografias agrega importantes valores estéticos pertinentes aos princípios gráficos do projeto. O filtro utilizado capta os tons mais claros e mais escuros em preto e branco e divide-os em camadas. Em seguida, atribui a estas camadas traços mais finos ou mais espessos, dependendo da tonalidade. A sobreposição dos traços de espessuras gerados por diferentes camadas (Figura 22) produz o resultado observado no final.

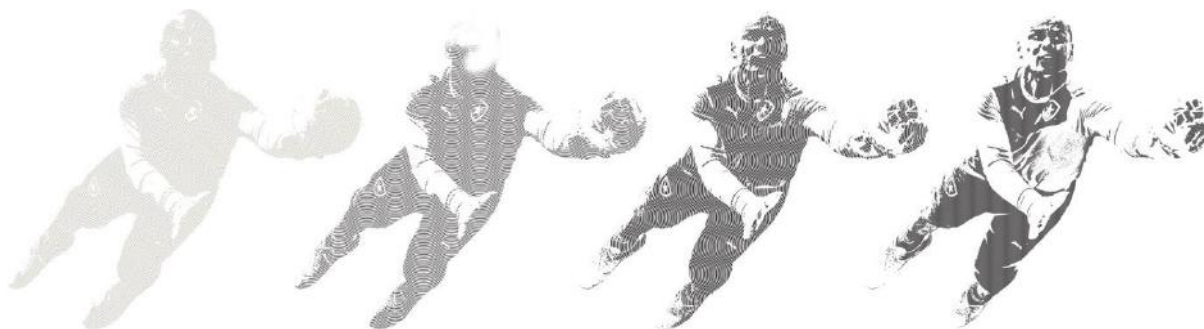


Figura 22: Exemplo da divisão em camadas das tonalidades de claros e escuros da fotografia do goleiro Jefferson. A sobreposição das quatro imagens acima resulta na ilustração final do infográfico.

4.1.4. Edição

Nesta etapa, é avaliada a relevância das informações relativas ao jogador em questão e se elas de fato rendem um infográfico. As informações não pertinentes são descartadas ou armazenadas na reserva, a fim de utilizá-las caso haja necessidade. Destaca-se também nesta etapa a redação, uma vez que todo o infográfico foi feito por uma única pessoa. Quando o próprio designer/infografista escreve o próprio texto, a vantagem é a facilidade de adaptação do conteúdo para um determinado espaço e alterações em caso de problemas de diagramação. Na redação priorizou-se o uso de períodos curtos e diretos, com cada bloco de texto contendo uma unidade de informação. Desta maneira, a maior parte dos textos destes infográficos são originais, com exceção das biografias resumidas, que são textos adaptados do site oficial do Botafogo de Futebol e Regatas, cuja referência é feita.

4.1.5. Projeto

4.1.5.1. Escolha de ferramentas

Feita a edição, inicia-se a etapa de projeto. Primeiramente avalia-se a natureza do infográfico e das informações levantadas, a fim de utilizar o melhor diagrama ou visualização de dados possível para representar determinada informação. MORAES (2013) propõe uma tabela que classifica os tipos de infográficos da seguinte maneira (Figura 23):

Perguntas	Objetivo	Tipo
O quê? Quem? Onde?	Descrever	Exploratório
Como? Por quê?	Explicar o funcionamento de algo	Explanatório
Quando?	Contextualizar	Historiográfico

Figura 23: Reprodução de um resumo da tabela de classificação de infográficos proposta por Ary Moraes (MORAES, 2013, p. 73). Fonte: acervo pessoal

Ainda que apresente diagramas/gráficos comuns aos infográficos explanatórios (ex: lances marcantes) e exploratórios (ex: ficha técnica), dado o fato de que o projeto em questão aborda craques do passado, o tipo de infográfico predominante é o historiográfico. Vale ressaltar que, embora haja um tipo predominante, na prática, todo infográfico apresenta um misto dos três teores descritos. Feito este julgamento de valor da natureza dos dados, foram levantadas as ferramentas adequadas que poderiam ser empregadas para traduzir visualmente as informações, tais como:

- A. **Cronologia:** História no Botafogo;
- B. **Reconstituição:** Lance marcante;
- C. **Diagrama:** Ficha técnica e prêmios individuais;
- D. **Raio X:** Curiosidade sobre Garrincha;

- E. **Fotografias/galerias:** Curiosidades e jogadores que utilizaram a mesma camisa;
- F. **Tabelas:** Rankings;
- G. **Visualização de dados:** Estatísticas e títulos em geral;

4.1.5.2. Hierarquização

Através da diagramação, cor, espaço e tipografia, os dados foram dispostos de acordo com a sua relevância. Neste projeto, a hierarquia tipográfica é visivelmente a mais importante, na qual foram definidos padrões de título, subtítulos, introduções, textos, legendas, citações, números, etc. Vale ressaltar que, neste projeto, não se priorizou necessariamente um único fluxo de narrativa, sendo cada bloco independente entre si. De acordo com LIMA (2014), esta é uma característica inerente da infografia (jornalística):

Ao contrário do texto linear tradicional, utiliza diferentes recursos gráficos e possui uma estrutura que oferece uma estratégia de leitura não-linear, permitindo que o leitor escolha o encadeamento da narrativa.

Dentro de um mínimo de padrão organizacional, a flexibilidade narrativa da infografia permitiu que os blocos de informações se deslocassem de ordem e até mesmo de página, de acordo com o tamanho necessário para acomodar determinado bloco. Isto permitiu que informações importantes não fossem desperdiçadas. Aqui vale citar o exemplo do infográfico sobre Nilton Santos, no qual logo após a ficha técnica, apresenta-se o bloco de informação *Lance Marcante*, seção esta que, nos outros infográficos, aparece na página da direita. Este deslocamento foi necessário tendo em vista a complexidade da jogada e a extensa *Linha do Tempo* de Nilton Santos no Botafogo, que ocupou a primeira coluna da página da direita inteira. Com este deslocamento, a diagramação ficou bem resolvida sem prejuízos à narrativa do infográfico.

4.1.5.3. Organização

Por fim, a organização é uma etapa determinante para que um infográfico se apresente de forma consistente, coesa e bem acabada. No caso, a organização se deu principalmente em função da ilustração e do design da página (Figura 24), fatores

determinantes para as diagramações. As fotografias foram escolhidas de forma estratégica a fim de facilitar esta etapa. No entanto, inevitavelmente desafios aconteceram, tal como ocorre no infográfico de Heleno de Freitas e Jefferson, nos quais as ilustrações sangram em demasia para a página da direita. Elementos gráficos como fios, caixas e blocos com cores diferentes do fundo foram utilizados para tornar a composição mais harmônica possível.



Figura 24: Infográfico em página dupla completa do jogador Nilton Santos. Destaca-se aqui como a dinâmica da ilustração central influencia em toda a organização do conteúdo. Fonte: acervo pessoal

4.2. FUNDAMENTOS DO DESIGN APLICADOS AOS INFOGRÁFICOS

Segundo LUPTON e PHILLIPS (2008), existem dezesseis fundamentos no design:

1. Ponto, linha, plano
2. Ritmo e equilíbrio
3. Escala
4. Textura
5. Cor
6. Figura e fundo

7. Enquadramento
8. Hierarquia
9. Camadas
10. Transparência
11. Modularidade
12. Grid
13. Padronagem
14. Diagrama
15. Tempo e movimento
16. Regras e acasos

Ainda que tais fundamentos sejam inatos do processo de construção de infográficos para os designers da informação, nos exemplares deste trabalho de conclusão de curso buscou-se fazer um uso consciente destes fundamentos. A seguir, analisaremos recortes dos infográficos feitos neste trabalho de conclusão de curso onde podemos exemplificar grande parte dos fundamentos supracitados.

1. **Ponto, linha, plano (Figura 25):** defendido como um dos elementos básicos de qualquer composição artística pelo professor bauhausiano e reconhecido artista do expressionismo abstrato, Wassily Kandinsky, estes fundamentos se fazem presente, por exemplo, na linha do tempo dos jogadores. Uma linha do tempo nada mais é do que a coesão de blocos distintos de tempo através da interligação de pontos (indicação/marca visível de tempo/espço) através de uma linha (série infinita de pontos) sobre um plano (a própria superfície do infográfico). Levando em consideração a definição de plano tipográfico de LUPTON (2008), na qual uma mancha de texto seria um plano feito de pontos e linhas de tipos, a linha do tempo ancora também planos tipográficos, que nada mais são que os parágrafos descritivos de cada ponto da linha do tempo. As linhas são amplamente utilizadas também para separar e ancorar elementos na página;



Figura 25: Recorte de um linha do tempo, uma visualização de dados constituída essencialmente por ponto, linha e plano. Fonte: acervo pessoal.

2. Ritmo e equilíbrio (Figura 26):

Em design, o equilíbrio age como uma baliza para a forma – ele ancora e ativa elementos no espaço[...]. O ritmo é um padrão forte, constante e repetido[...]. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Estes dois princípios se fazem presentes não apenas nos infográficos individualmente, mas no projeto como um todo. A ilustração central de cada dupla é responsável por toda a dinâmica da diagramação das páginas, é o elemento que exerce o papel de baliza para todas as manchas de textos, disposição e redistribuição de seções do infográfico na página, expressando assim — diferentemente do lugar-comum em que o equilíbrio é necessariamente simétrico — o uso do equilíbrio não-estático. Na textura das ilustrações e do fundo dos bustos, é evidente o uso do princípio de ritmo para criar uma textura característica ao projeto. As áreas escuras das ilustrações são constituídas através da repetição de inúmeras linhas. Por outro lado, quando ocorrem poucas repetições formam-se as áreas mais

claras e de tons médios. Já na textura, observa-se um ritmo decadente, que começa de baixo para cima, espesso e contíguo e, conforme as linhas sobem, ficam mais esparsas e finas. O ritmo também ocorre na repetição de pontos na linha do tempo ou na evolução do tempo em alguns gráficos de barras.

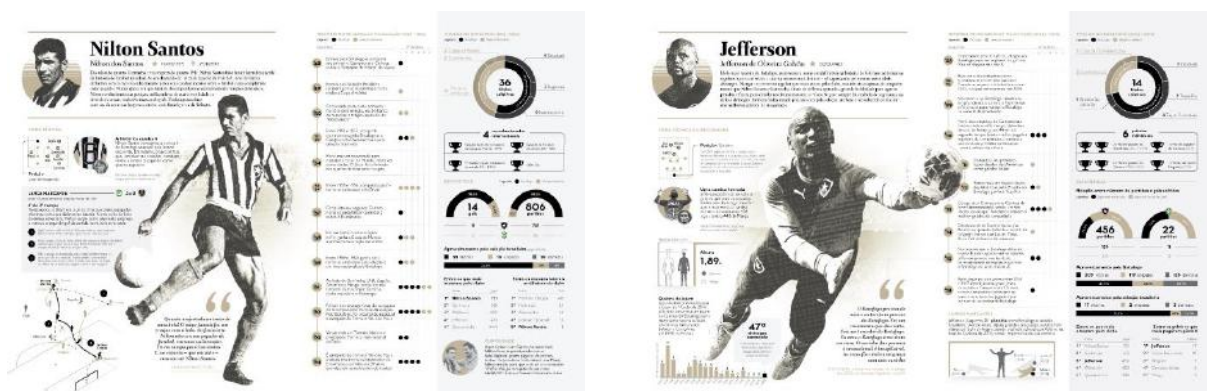


Figura 26: Comparação entre o infográfico de Nilton Santos (esq.) e Jefferson (dir.). Nota-se aqui como, em prol do equilíbrio dinâmico da diagramação, elementos comuns aos dois jogadores são arranjados de forma completamente diferentes e até mesmo propicia o surgimento de informações inéditas, tal como o gráfico de barras no canto inferior esquerdo do infográfico do goleiro Jefferson. Fonte: acervo pessoal.

3. Escala (Figura 27):

Em termos objetivos, ela se refere às dimensões exatas de um objeto físico ou à correlação exata entre uma representação e a coisa real que ela representa. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

O princípio de escala é determinante para tornar a visualização da reconstituição de jogadas possível e, no caso do infográfico do goleiro Jefferson, criar uma comparação tangível com outro jogador e com a altura da trave (valores referenciais). É comum em infografia utilizarmos referenciais de escala para exprimir dimensão e profundidade a um fato.

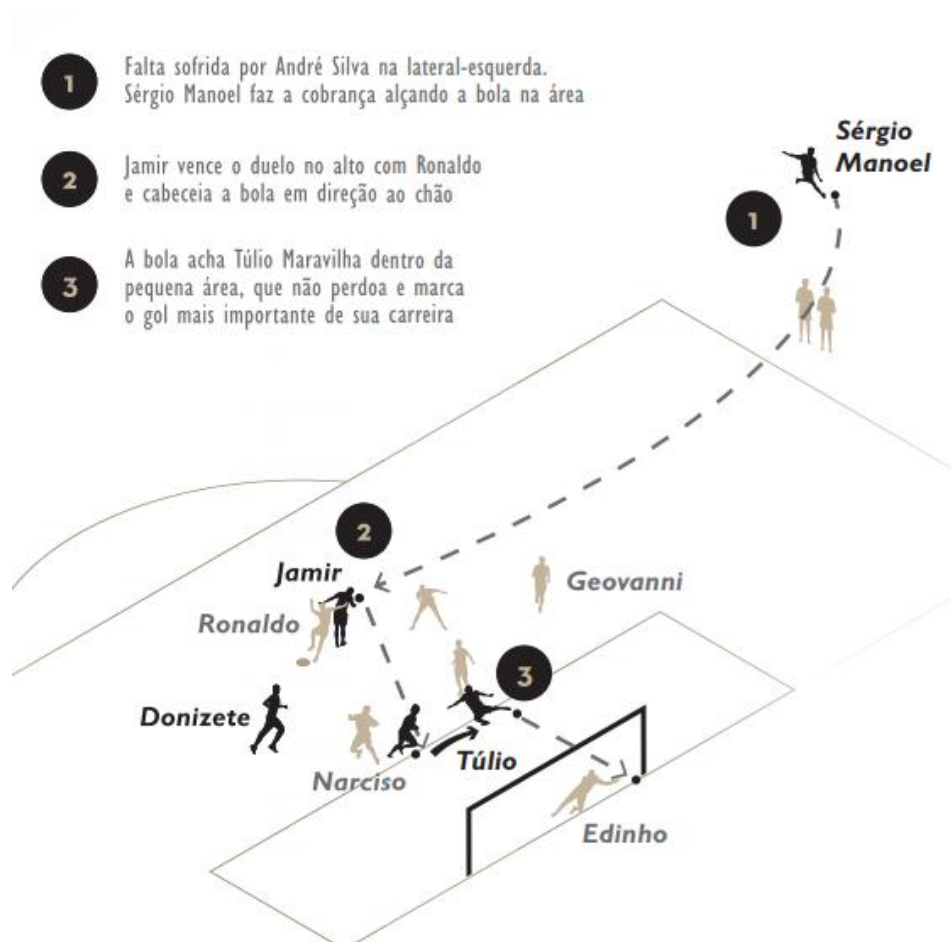


Figura 27: Recorte da reconstituição de jogada de Túlio Maravilha. Nestes diagramas, a noção de escala deve ser fidedigna à realidade, caso os jogadores parecessem desproporcionais em relação às medidas do campo, esta seção passaria pouca credibilidade. Fonte: acervo pessoal.

4. Textura (Figura 28):

A textura é o grão tátil das superfícies e substâncias. As texturas em nosso meio ambiente ajudam a entender a natureza das coisas[...]As texturas dos elementos de design correspondem igualmente à sua função visual. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

O projeto de identidade visual dos infográficos é pautado no viés clássico, histórico e minimalista relacionado ao Botafogo de Futebol e Regatas. Portanto, a função visual das texturas — ou da ausência das mesmas — neste projeto é reforçar tais qualidades/sensações. Assim, é predominante o uso de cores chapadas e de pequenas gradações de linhas, texturas sutis que exprimem o ar clássico e elegante do projeto.



Figura 28: Detalhe da (sutil) textura de gradação de linhas, presente em partes pontuais do projeto gráfico.
Fonte: acervo pessoal.

5. Cor (Figura 29):

A cor pode exprimir uma atmosfera, descrever uma realidade ou codificar uma informação[...]. A cor serve para diferenciar e conectar, ressaltar e esconder. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

É praticamente impossível conceber um projeto de infográfico sem uma escolha consistente, simbólica, atraente e funcional de cores. Neste projeto gráfico, a escolha de cores foi fundamental para reforçar qualidades (clássico, histórico, elegante), diferenciar dados (Botafogo x Seleção Brasileira), agrupar informações (bloco cinza na página da direita) e agregar valor simbólico (preto e branco, as cores do Botafogo).

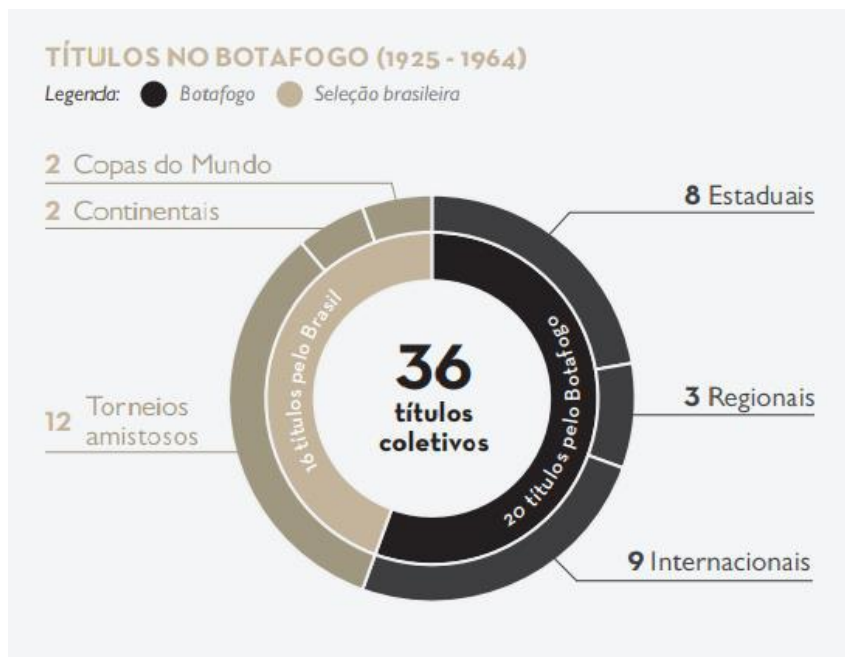


Figura 29: Detalhe do gráfico sunburst, onde a cor exerce não só seu papel estético, mas também um papel informativo importante ao diferenciar estatísticas relativas à seleção e ao Botafogo. Fonte: acervo pessoal.

6. Figura e fundo:

Relações de figura/fundo definem a percepção visual. Uma figura (forma) é sempre vista em relação ao que a rodeia (fundo). (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

A composição de um infográfico é um jogo contínuo de figura e fundo, evidenciado principalmente pela sua diagramação (as letras como forma, e a página como fundo). No caso dos infográficos produzidos neste projeto, a baliza desta relação é a ilustração do jogador. Através do alto contraste com o fundo branco, sua forma evidencia-se e dita as regras de composição para todo o conteúdo ao seu redor.

7. Enquadramento (Figura 30):

Recortes, contornos, margens e legendas são recursos essenciais do design gráfico. Enfatizados ou apagados, os contornos afetam o modo como percebemos a informação. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Nos primeiros infográficos gerados neste projeto, as duas páginas de cada infográfico tinham fundo branco. Após diversos testes e variações, chegou-

se à conclusão que a barra em cinza claro, que agrupa os dados estatísticos em geral neste projeto, era um bom delimitador não só da própria área em si, mas por diminuir a área branca. Este enquadramento menor da área branca atribuiu maior presença à ilustração central e agrupou melhor os elementos da página, criando um senso de organização mais visível, como é possível comparar na imagem a seguir.

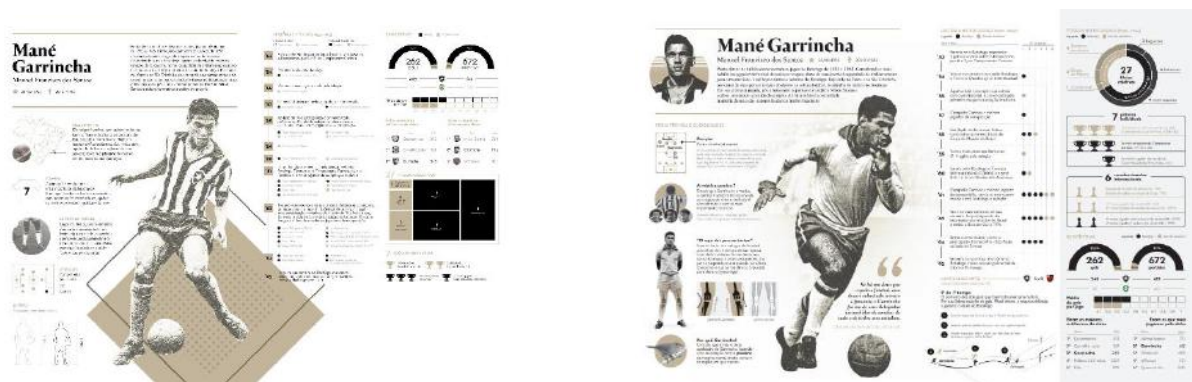


Figura 30: Comparação entre uma das primeiras versões do infográfico de Garrincha (esq.) com a final (dir.). Nota-se aqui como a imagem ganha mais destaque ao utilizarmos uma faixa inteira em cinza claro na página da direita. Além de organizar o conteúdo, consequentemente a área branca diminui, o que restringe a área de enquadramento da ilustração. Fonte: acervo pessoal.

8. Hierarquia (Figura 31):

A hierarquia se expressa por um sistema nominal: general, coronel, cabo e assim por diante. Mas ela também se exprime visualmente, através das variações em escala, tonalidade, cor, espaçamento ou posicionamento, além de outros sinais. Expressar uma ordem é tarefa primordial do designer. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Na construção de um infográfico, a hierarquia tipográfica é uma das mais importantes, porém, não é a única. Outro tipo de hierarquia presente nos infográficos é a da ordem dos próprios blocos de informação. Através da mudança de famílias tipográficas, pesos e cores, criou-se um padrão claro para seções tais como: nome do jogador, nome completo, texto introdutório, blocos de informações comuns e estatísticas, para citar alguns exemplos. Através da ordem como as informações são apresentadas, o senso de hierarquia da informação é reforçado. Ainda que ocorram pequenas variações na ordem de apresentação e leitura de acordo com as particularidades de cada jogador (fotografia e posição, principalmente) há

uma equivalência hierárquica entre os blocos que trocam de posição entre si. Como exemplo podemos citar o câmbio entre ficha técnica e história no clube.

Já a hierarquia do projeto como um todo, se faz presente através da linha do tempo do clube, ou seja, são apresentados primeiro os craques do início da história do clube até os mais recentes.



Mané Garrincha

Manoel Francisco dos Santos ★ 28/10/1933 † 20/01/1983

Ponta-direita de dribles desconcertantes, jogou no Botafogo de 1953 a 1965. Considerado o mais habilidoso jogador de futebol de todos os tempos, dono de uma incrível capacidade de driblar sempre para o mesmo lado, é até hoje o símbolo máximo do Botafogo. Rejeitado no Vasco e no São Cristóvão, por causa de suas pernas tortas e do desvio na coluna lombar, Garrincha foi treinar no Botafogo. Em sua primeira jogada, pôs a bola entre as pernas do lendário Nilton Santos e acabou contratado a pedido do próprio. Ali foi o início da conturbada trajetória de uma das maiores lendas do futebol brasileiro

FICHA TÉCNICA E CURIOSIDADES



Posição

Ponta direita (atacante)

Fez sua fama pelo lado direito do campo como ponta, onde tinha liberdade de driblar em direção à linha de fundo e alçar a bola na área ou chutar direto para o gol. Jogando no 4-2-4, teve como parceiros de ataque Didi, Amarildo, Quarentinha e Zagallo



Figura 31: Detalhe do infográfico sobre Garrincha. Percebe-se uma hierarquia tipográfica nítida entre a seção biográfica e o bloco de informação comum abaixo, no qual ocorre uma mudança de família tipográfica.
Fonte: acervo pessoal.

9. Camadas (Figura 32):

As camadas são componentes simultâneos e sobrepostos de uma imagem ou sequência. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Nos blocos estatísticos dos infográficos produzidos, é evidente o uso de camadas de dados. De uma barra composta de aproveitamento de um jogador pelo Botafogo, extraímos subinformações, tais como os percentuais de vitórias, derrotas e empates. Nos gráficos sunburst e pizza, este conceito também se faz presente através da diferenciação de cores e

tonalidades, a fim de distinguir informações relativas ao Botafogo e informações relativas à seleção. Dentro do nível de cada cor, há ainda a diferenciação por tom, a fim de explicitar uma hierarquia. No sentido gráfico mais usual do conceito de camada, é possível identificar seu uso no tratamento fotográfico das imagens e na sobreposição de fotos recortadas sobre círculos de cor chapada.

LANCES MARCANTES

Jefferson já agarrou **21 pênaltis** entre Botafogo e seleção brasileira. Dentre estes, alguns grandes craques já sucumbiram diante do ídolo alvinegro, sendo o *pênalti cobrado por Adriano* na final do Carioca de 2010, o mais importante de sua carreira



Figura 32: Detalhe da seção “Lances Marcantes” do goleiro Jefferson. Através do uso de camadas e transparência, é possível demonstrar no mesmo plano lances distintos protagonizados pelo jogador. Fonte: acervo pessoal.

10. Transparência (Figura 32):

Em design, a transparência é habitualmente empregada não com propósitos de clareza, mas para criar imagens densas e sedimentadas, construídas com véus de cores e texturas. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

A transparência é utilizada em momentos pontuais nos infográficos para criar suavizações em transições de blocos de informação e até mesmo para expressar uma identidade visual do projeto. É possível observá-la ao fundo da fotografia dos jogadores, nos limites dos campos de futebol das seções de reconstituição e na estilização das linhas do gráfico de títulos por ano. No caso do infográfico do goleiro Jefferson, a transparência é útil para mostrar mais de um pênalti defendido no mesmo diagrama. Nos gráficos

de reconstituição, é aplicada nas setas de movimento, ou seja, a progressão de opacidade indica movimento, etapas.

11. Modularidade (Figura 33):

O módulo é um tipo especial de restrição. O módulo é um elemento fixo utilizado no interior de um sistema ou estrutura maior. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Nos infográficos deste projeto, a modularidade é um fator essencial de coesão entre os mesmos, de fato um elemento de identidade. Embora haja mudanças de informações, ordem e posições das mesmas de acordo com as especificidades de cada jogador, a modularidade dos blocos reforça a coesão gráfica. A modularidade se dá através da mesma hierarquia tipográfica, cores e tipos de gráficos. Por exemplo, todas as vezes em que é demonstrado o total de títulos conquistados, é utilizado o gráfico sunburst, para mostrar a relação entre número de jogos e gols, o gráfico de pizza e assim por diante. Além da modularidade de visualizações de dados, há também a modularidade formal do projeto: o grid.

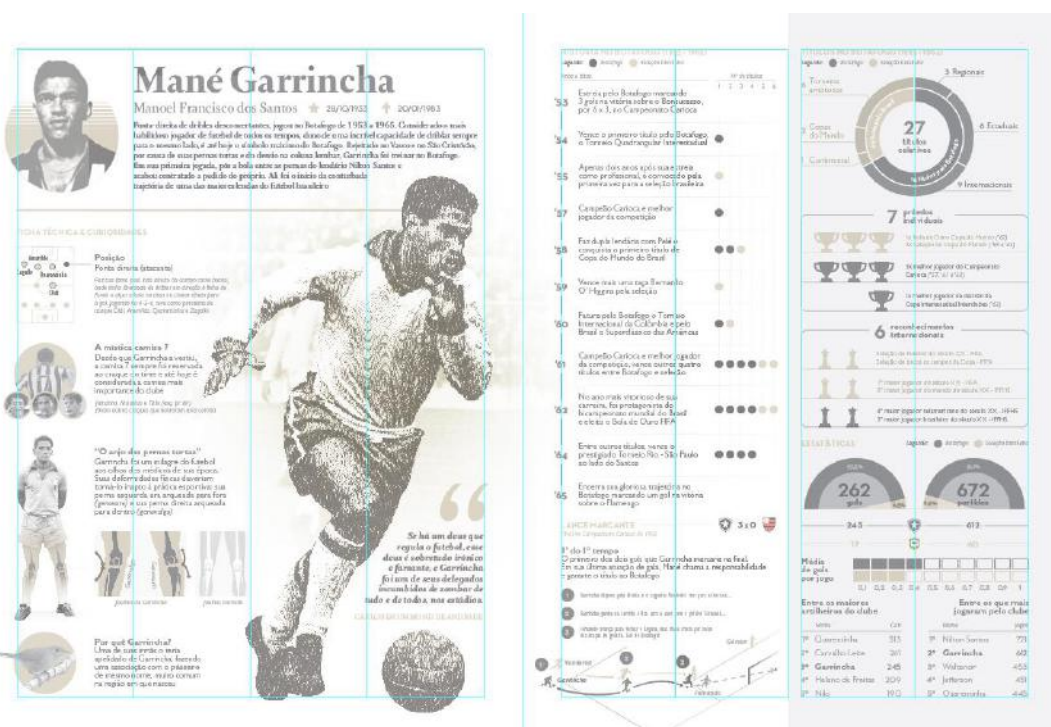


Figura 33: Grid modular de 8 colunas. A base de todos os infográficos do projeto. Fonte: acervo pessoal.

12. Grid (Figura 33):

Linhas-guia ajudam o designer a alinhar os elementos entre si. Margens e colunas regulares criam uma estrutura de base que unifica as páginas de um documento, tornando o processo de layout mais eficiente. Além de organizar o conteúdo ativo da página (texto e imagens) o grid estrutura os espaços brancos[...]meio de gerar forma, arranjar imagens e organizar informações. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

O papel do grid na construção de um infográfico é essencial para estabelecer o mínimo de ordem na construção e diagramação da página. Embora cada infográfico possua suas necessidades específicas por conta das diferentes formas da ilustração central e do volume de informações, o grid ordena minimamente os blocos de informações e dá a base para que estas estruturas possam ser quebradas de forma não arbitrária, desta forma mantendo uma continuidade perceptível em todo o projeto. Tratando-se dos gráficos em si, é possível observar um grid na matriz de pontos - gráfico utilizado para mostrar a média de gols por partida - e na diagramação da linha do tempo. Cada página possui quatro colunas, sendo a página da esquerda a mais maleável por conta da ilustração central. O grid é mais rígido na página da direita, onde as informações são mais previsíveis.

13. Diagrama:

Um diagrama é a representação gráfica de uma estrutura, situação ou processo[...] Eles nos permitem enxergar relações que não viriam à tona numa lista convencional de números, nem numa descrição verbal. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

O diagrama é basicamente o princípio de todo infográfico ou visualização de dados. Nos infográficos deste projetos, os diagramas são empregados na representação do campo com a indicação da posição do jogador, nas reconstituições de lances marcantes, na estrutura da linha do tempo, entre outros. As visualizações de dados empregadas nos infográficos em questão (gráficos de barra, pizza, sunburst, tabela e matriz de pontos) são por si só diagramas em essência.

14. Tempo e movimento (Figura 34):

Tempo e movimento são princípios estreitamente relacionados. Qualquer palavra ou imagem que se move opera tanto espacialmente como temporalmente. O movimento é um tipo de mudança e toda a mudança acontece no tempo.[...] Qualquer imagem estática possui um movimento implícito (ou uma estagnação implícita), assim como o design em movimento partilha com o impresso princípios composicionais. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Estes fundamentos estão presentes nos infográficos, não aplicados propriamente no design da informação em si, mas do ponto de vista editorial e composicional. As imagens foram minuciosamente escolhidas para traduzir o sentido de movimento e ação, sensações características do esporte. Nos primeiros infográficos produzidos, estudou-se a possibilidade de utilizar imagens de bustos, que seriam mais reconhecíveis, no entanto, a tradição da infografia e dos cartazes esportivos falaram mais alto e proporcionaram imagens mais plásticas e dinâmicas que, por muitas vezes, extravasam de uma página para outra. No infográfico do goleiro Jefferson, este movimento é mais evidente, no qual seu braço se estende até a página seguinte e interfere inclusive na diagramação (movimento implícito). Nos diagramas de reconstituição de lances marcantes, tempo e movimento são tratados sequencialmente através de números, que ditam a ordem da sequência, setas e linhas. O detalhe do diagrama do lance marcante do jogador Heleno de Freitas em especial, retrata o movimento da bola sendo matada no peito, até o domínio e giro com a mesma.



história do futebol mundial. Ao ser chamado de "A Enciclopédia do Futebol", teve de forma finalista o merecido reconhecimento pelos seus conhecimentos sobre o futebol e sua completude no jogador. Numa época em que laterais desempenhavam exclusivamente funções defensivas, Ilton revolucionou sua posição, utilizando-se de sua versatilidade ao defender e atacar, inclusive marcando gols. Vestiu apenas duas missas durante sua longa carreira: a do Botafogo e a da Seleção.

A histórica camisa 6

Nilton Santos consagrou a camisa 6 do Botafogo atuando pela lateral esquerda. Entretanto, pouco se fala que, em diversas ocasiões, também vestiu a camisa 3, jogando como quarto zagueiro.

Alfonso Cuqas também foi muito o que vestiu esta camisa

3 x 0

que treinava jogadas
Numa saída de bola
no elemento surpresa
na bela arrancada

e para logo para
em sentido

ou através de Nelson
para sair para o

lado direito e
se o lado
for em direção
à direita

1

Nilton Santos

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

1

Quanta majestade no trato de uma bola! O moço jamais fez um truque com a bola. Só fazia arte. Nilton não era um jogador de futebol, era uma exclamação. Tu em campo parecias tantos. E, no entanto – que encanto – eras um só: Nilton Santos.

ARMANDO NOGUEIRA

Figura 34: Comparativo entre uma das versões em que era usado apenas o busto do jogador com seu número (esq.) e a versão final (dir.). Embora graficamente interessante, a foto da esquerda é demasiadamente estática e possui pouco valor informativo. Além disto, esta abordagem com o número do jogador poderia se tornar num entrave projetual, tendo em vista que alguns jogadores do início da história do Botafogo não utilizavam números nas camisas. A imagem utilizada na direita, por sua vez, carrega movimento, é plástica e representa uma tradição dos cartazes esportivos. Vale ressaltar que a ideia do busto foi reaproveitada no projeto, sendo utilizada num tamanho menor dentro da seção biográfica, tendo em vista que nem todas as fotos de corpo inteiro propiciam uma leitura clara do rosto do jogador. Desta forma, o busto ganhou valor informativo também. Fonte: acervo pessoal.

15. Regras e acasos (Figura 35):

Os designers criam tanto regras como peças acabadas. Um designer de revista, por exemplo, trabalha com um grid e uma hierarquia tipográfica que são interpretados de diferentes maneiras, página a página, número a número[...] Regras podem ser usadas para gerar formas, bem como para organizar conteúdo. (LUPTON; PHILLIPS; BORGES, 2008)

Na construção de um infográfico, é essencial a definição de tais regras, tendo em vista a complexidade da criação de um infográfico. Normalmente nos atentamos às regras de hierarquia tipográfica para cada tipo de seção (título, linha-fina, legenda, corpo de texto, números, números em destaque, entre outros) para facilitar e tornar coerentes as escolhas gráficas do projeto. No entanto, em alguns momentos tais regras podem ser quebradas em prol de uma diagramação melhor acabada ou de alguma informação

mais pertinente para determinado jogador. O infográfico do jogador Heleno de Freitas, por exemplo, é sobre um jogador muito antigo e com informações escassas. No entanto, ele foi um jogador muito emblemático do ponto de vista cultural, sendo retratado em livros, peças de teatro e até no cinema. Dentro do conjunto de regras criadas para jogadores que ocupariam uma dupla ou não, Heleno merecia uma página dupla dedicada a ele. Para conseguir ocupar todo o espaço, deu-se maior atenção à citação jornalística relacionada a ele do que em outros infográficos e, quebrando esta regra ao incrementar esta seção, foi possível dar o mesmo nível de importância editorial que os outros craques possuem à Heleno, ainda que com menos informações que os outros.

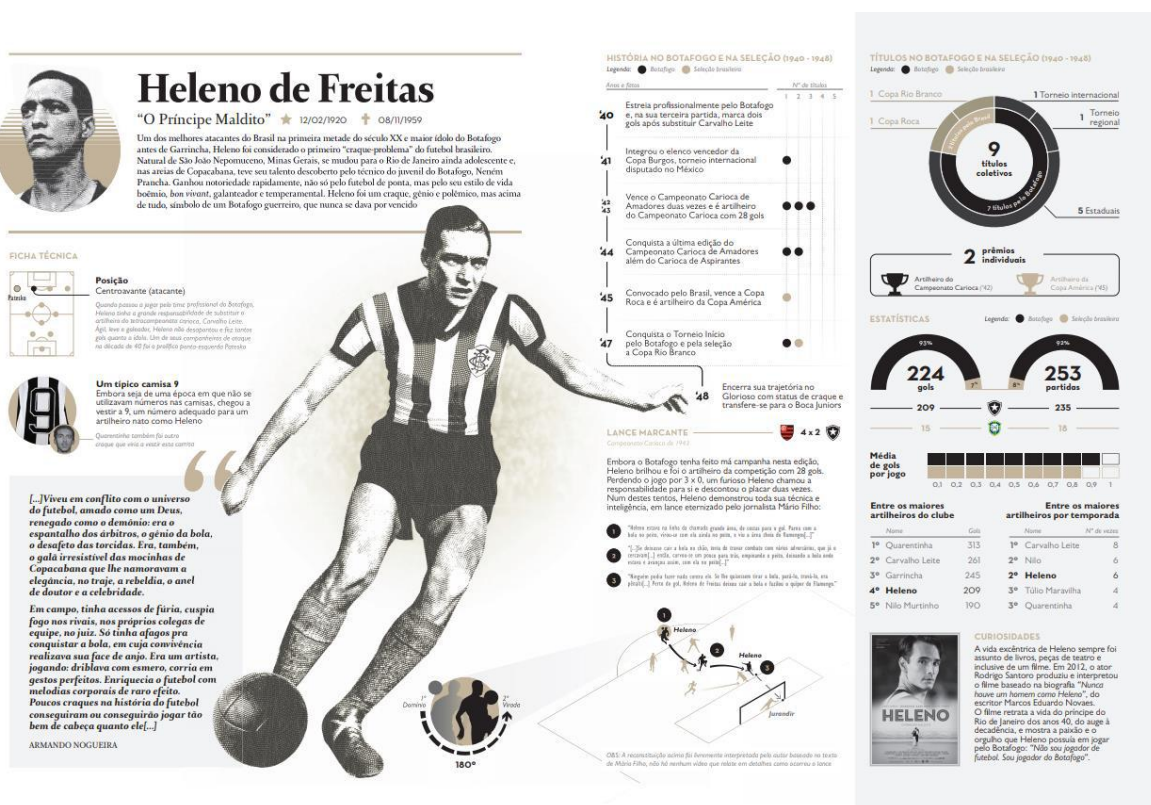


Figura 35: No canto inferior esquerdo, observa-se a citação dedicada a Heleno de Freitas, notavelmente maior que as citações dos outros jogadores. Uma regra que foi quebrada a fim de dar uma página dupla para o jogador. Fonte: acervo pessoal.

5. RESULTADO FINAL



Figura 36: Detalhe da capa da frente do livro. Fonte: acervo pessoal.



Figura 37: Infográfico sobre Heleno de Freitas. Fonte: acervo pessoal.



Figura 38: Infográfico sobre Nilton Santos. Fonte: acervo pessoal.



Figura 39: Infográfico sobre Garrincha. Fonte: acervo pessoal.



Figura 40: Infográfico sobre Túlio Maravilha. Fonte: acervo pessoal.



Figura 41: Infográfico sobre Jefferson. Fonte: acervo pessoal

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa época de (mais uma) crise no jornalismo — escancarada graças à extinção de vários títulos e demissões em massa da Editora Abril, uma gigante do mercado editorial brasileiro — a infografia pode ser vista novamente como um discurso com potencial para atrair novos consumidores de conteúdo. Na década de 80, a concorrência era o telejornalismo, hoje, a “concorrência” são as redes sociais e os criadores independentes de conteúdo.

Ilustrações apelativas, textos objetivos e curtos, visualizações de dados arrojadas, diagramações dinâmicas, conteúdo multimídia. Um infográfico por si só é uma peça gráfica complexa e, por isto, carrega consigo um forte impacto visual, uma experiência diferente de se consumir conteúdo, uma quebra com o discurso verbal tradicional. Em uma população na qual quase metade não possui hábito de leitura algum, este impacto se faz necessário a fim de persuadir e tornar a informação mais palpável para as pessoas. Se todo infográfico nasce da premissa de facilitar a compreensão de assuntos complexos (ou próprios da infografia), então de fato pode ser encarado como um convite para o leitor, uma ferramenta para angariar novos consumidores de informação. Informação esta, no mínimo, bem apurada, requisito importante em tempos de *fake news*.

Adentrando no mercado editorial de livros de esportes, o cenário se mostra ainda pior: em 110 anos (de 1903 a 2013), a média de livros do gênero lançados chegou a apenas 27 livros por ano. Somente em 2017 foram editados 48.879 títulos¹⁷, entre novos e reedições. A média de 27 livros corresponderia a marca irrisória de 0,05% deste total produzido. Há autores que defendem uma predisposição natural do fã de esporte, principalmente de futebol, a ler pouco, afinal, os torcedores normalmente procuram refúgio no futebol, lugar que, num senso comum, dispensa reflexões profundas ou demais preocupações. Outro fator que pouco atrai torcedores a ler livros de esportes é que a maior parte da produção é dedicada às biografias de personagens do meio, ou seja, a maior produção utiliza-se massivamente do discurso puramente verbal.

¹⁷ Mercado de livros tem o melhor resultado de vendas desde 2013. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/mercado-de-livros-tem-melhor-resultado-de-vendas-desde-2013-22304084>>. Acesso em: 17 set. 2018.

Analisando as vantagens competitivas de um discurso multimodal com uma narrativa objetiva, facilitadora e visualmente atraente, a infografia pode mais uma vez se posicionar como uma porta de entrada para leituras mais profundas. Ainda que a falta do hábito de leitura do brasileiro seja um problema a ser combatido, há uma janela de oportunidade editorial para a infografia.

Aliando o potencial do discurso da infografia com a paixão pelo Botafogo e o desejo de fazer seus ídolos terem seus feitos cada vez mais reconhecidos pelo público, o livro “Estrelas Solitárias” se propõe a ser uma porta de entrada para o torcedor alvinegro conhecer sua história, orgulhar-se da importância do seu clube no cenário nacional e a ser um convite para o torcedor se interessar por conteúdos mais aprofundados sobre o Botafogo e, por que não, sobre o futebol nacional em si. Embora a infografia futebolística seja utilizada nos jornais há tempos, ela pouco foi utilizada em livros sobre o assunto. Desta forma, o presente projeto é também pioneiro ao utilizar o discurso da infografia neste tipo de publicação.

Ao empregar recursos tradicionais da infografia, tais como diagramas, ilustrações, raios-x, reconstituições, linhas do tempo, visualizações de dados, entre outros, para contar a história dos ídolos alvinegros, o livro traz dados e estatísticas poucas vezes divulgadas e exploradas, a fim de enaltecer os feitos destes jogadores. Funcionando como uma espécie de “enciclopédia”, o projeto se apresenta como um grande compêndio de informações que sempre estiveram ao alcance do torcedor, mas nunca foram organizadas, categorizadas e reunidas a fim de facilitar a compreensão dos feitos destes jogadores e de comparar com os feitos de outros. Aliado a um tipo de conteúdo pouco utilizado, o tratamento gráfico mantém-se na linha visual minimalista do Botafogo e remete principalmente à tradição do clube, apresentando-se assim como um produto elegante e visualmente atraente: um objeto de desejo para o torcedor fanático. O próximo passo do projeto é, com o suporte do Botafogo de Futebol e Regatas, concluir os infográficos restantes e cruzar as fontes das informações já consolidadas, a fim de entregar um trabalho de infografia sério e comprometido com a informação.

Para fins de trabalho de conclusão de curso e certificação das habilidades essenciais ao designer de comunicação visual, os cinco infográficos produzidos contemplam tais necessidades e confirmam o posicionamento deste projeto: infografia

é um trabalho inerente ao design. Enquanto área de estudos do design, é urgente que a cultura da infografia se difunda pelos cursos superiores de design do país. Afinal, trabalhar as diversas capacidades e habilidades pertinentes a um designer em uma única peça gráfica, naturalmente cria profissionais mais versáteis, agrega a eles conhecimentos multidisciplinares e, sobretudo, os capacita a criar soluções gráficas para o mundo real.

Em tempos em que *Human Centered Design* não é simplesmente uma nova corrente dentro do design, mas sim uma regra, comunicar visualmente a informação de forma eficiente e imparcial é uma obrigação. Sob esse ponto de vista, a infografia é em essência o design democrático, que não é projetado para buscar aprovação de outros designers dentro da academia, mas sim para prestar um serviço aos consumidores de informação: torná-los capazes de compreender e assim formar suas próprias opiniões e convicções. Isto é infografia, isto é design.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRADFORD, W. C. **Reaching the Visual Learner: Teaching Property Through Art.** The Law Teacher. 1 set. 2011.

KANNO, M. **Infografe – como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente.** São Paulo, SP: INFOLIDE.COM, 2013.

LIMA, R. O. DA C. **O que é infografia jornalística?** InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação, v. 12, n. 1, p. 111–127, 24 ago. 2015.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C.; BORGES, C. **Novos fundamentos do design.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MELO, C. H. DE; RAMOS, E. (EDS.). **Linha do tempo do design gráfico no Brasil.** São Paulo, SP: Cosac Naify, 2011.

MORAES, A. **Infografia – história e projeto.** São Paulo, SP: Blucher, 2013.

MORAES, A. **Infografia 1ª aula.** 2017. 14 slides. Material apresentado para a disciplina Projeto de Infográficos no curso Comunicação Visual Design da UFRJ.

WISNIK, J. M. **Veneno remédio. O futebol e o Brasil.** Companhia das Letras, 2008. p. 11.

44% da população brasileira não lê e 30% nunca comprou um livro, aponta pesquisa Retratos da Leitura. Disponível em:

<<https://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/44-da-populacao-brasileira-nao-le-e-30-nunca-comprou-um-livro-aponta-pesquisa-retratos-da-leitura/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

Campeão também em Design. Disponível em:

<<http://www.designbrasil.org.br/entre-aspas/campeao-tambem-em-design/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

How Little Do Users Read? Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

Mercado de livros tem o melhor resultado de vendas desde 2013. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/mercado-de-livros-tem-melhor-resultado-de-vendas-desde-2013-22304084>>. Acesso em: 17 set. 2018.

MIT Research - Brain Processing of Visual Information. Disponível em: <<http://news.mit.edu/1996/visualprocessing>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

Neutraface by House Industries. Disponível em: <<https://houseind.com/hi/neutraface>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O fim da infografia. Visual+mente, 4 mai. 2016. Podcast. 107 min. Disponível em: <<https://soundcloud.com/visualmente/27-o-fim-da-infografia>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

O nicho editorial dos livros de futebol: esporte também para ser lido. Ludopédio, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/esporte-tambem-para-ser-lido-o-nicho-editorial-dos-livros-de-futebol/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

Parabéns Botafogo, obrigado Chiquitota! Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/parabens-botafogo-obrigado-chiquitota-2869232>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

Typedia: Arnhem. Disponível em: <<http://typedia.com/explore/typeface/arnhem/>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

What Does Reading Before Bed Do To An Adult's Brain? The Sleep Matters Club, 4 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.dreams.co.uk/sleep-matters-club/what-does-reading-before-bed-do-to-an-adults-brain/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

What Is an Infographic? Adioma, 3 jun. 2018. Disponível em:

<<https://blog.adioma.com/what-is-an-infographic/>>. Acesso em: 21 ago. 2018

Why visual literacy. Disponível em:

<<http://tcpd.org/Burmark/Handouts/WhyVisualLit.html>>. Acesso em: 21 ago. 2018.