

Processo produtivo da infografia jornalística multimídia “O que os olhos não veem”¹

Rúbia Pedra RECALDES²

Rafaella Lopes Pereira PERES³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, MS

RESUMO

O presente artigo descreve o processo de produção do projeto experimental “O que os olhos não veem: infografia multimídia sobre a doença celíaca”, elaborado como trabalho de conclusão do curso de jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Trata-se de uma infografia multimídia, desenvolvida a partir dos preceitos e processos produtivos do jornalismo e do design, e disponibilizada online (bit.ly/oqueosolhosnaoveem), com conteúdo acerca da doença celíaca (DC).

PALAVRAS-CHAVE: comunicação visual; jornalismo visual; infográfico digital; DC.

INTRODUÇÃO

A Doença Celíaca (DC) é uma doença sistêmica imunomediada, que afeta o intestino delgado de indivíduos geneticamente predispostos, devido a exposição ao glúten (DA LUZ *et al.*, 2020). De acordo com a *World Gastroenterology Organisation Global Guidelines* (WGOGG, 2016, p. 4), o glúten é uma proteína - presente no trigo, cevada e centeio -, que ao entrar em contato com o organismo dos celíacos (indivíduos que possuem a DC) desenvolve uma reação inflamatória. Segundo dados da organização, a condição afeta cerca de 1% da população global e não existe cura, o único tratamento é a dieta sem a presença do glúten. Ainda, os sintomas clássicos da DC são comuns a outros problemas gastrointestinais, o que dificulta o diagnóstico. Deste modo, a DC é considerada uma “doença iceberg”, pois acredita-se que o número de casos diagnosticados seja uma pequena porcentagem do número total existente (LOPES, 2018).

O Ministério da Saúde (2015) aponta que a falta de informação sobre a doença e suas complicações, assim como a dificuldade do diagnóstico, reduzem as possibilidades de tratamento adequado e a consequente melhora da condição clínica. Esta condição de

¹ Trabalho apresentado no IJ05 - Comunicação Multimídia da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: rubiapedra@gmail.com

³ Doutora em Design da Informação e docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: rafaella.peres@ufms.br

desconhecimento da doença pela população geral foi propulsora do projeto apresentado neste artigo. Buscamos produzir, com o recurso da infografia multimídia, um artefato que apresentasse as principais informações e características sobre a DC. Dentre elas, as questões relacionadas a dificuldade da manutenção da dieta – única possibilidade de tratamento –, e como a restrição alimentar afeta o indivíduo (ROCHA *et al.*, 2016). Especialmente, porque acreditamos que o trabalho jornalístico tem potencial de ser agente de informação e que o conhecimento da condição, até então pouco conhecida, pode facilitar e incentivar a melhora da qualidade de vida e a inclusão dos indivíduos que a possuem.

No que diz respeito ao meio de produção e compartilhamento, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), em 2018, aproximadamente 79,1% dos domicílios no país utilizavam a internet, sendo esta uma das principais ferramentas de disseminação de informações nos dias atuais. Portanto, um produto como a infografia em contexto digital pode alcançar diversas pessoas que navegam por sites e plataformas diariamente. A infografia, ainda, se vale da objetividade e da capacidade de apresentar informações complexas (MORAES, 2013, p. 19-20), tendo como função primordial: esclarecer e exemplificar um assunto complicado/denso/difícil de ser compreendido, a fim de facilitar o entendimento do leitor. Por meio da soma dos recursos verbais, pictóricos e esquemáticos, o infográfico trabalha em prol da compreensão, com o potencial de se transformar em uma ferramenta didática e, possivelmente, com maior visibilidade que outros produtos jornalísticos.

Neste contexto, “o infográfico é relevante para a construção da narrativa jornalística característica do gênero informativo” (TEIXEIRA, 2010, p. 78) e, considerado o fato de que aproximadamente 79,1% da população brasileira possui internet em casa (IBGE, 2020), a produção de uma infografia multimídia sobre a DC, veiculada em plataforma virtual, se torna uma opção relevante. Além disso, o contexto digital proporciona diferentes formatos e potencializa alguns recursos, podendo utilizar áudios e vídeos como meio informativo, promover ‘interação’ ou ‘animação’, características possibilitadas pelo meio (RIBAS, 2004).

O presente artigo, portanto, apresenta os processos realizados para a construção do infográfico multimídia em questão, disponível no link: bit.ly/oqueosolhosnaoveem.

METODOLOGIA PROJETUAL

O projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) teve seu início no primeiro semestre de 2020, e neste primeiro momento foi desenvolvido e defendido o planejamento da produção, com uma pesquisa bibliográfica inicial sobre o tema e o artefato jornalístico escolhido.

Os autores utilizados para basear o processo de produção - Moraes (2013) e Carvalho e Aragão (2012) – apontam a definição de pauta como primeira etapa do processo, neste caso, iniciada em agosto de 2020, a partir da organização das etapas de trabalho na ferramenta organizacional Trello, assim como a indicação das reuniões (orientações) de produção, que aconteceram via Google Meet por conta da pandemia de Covid-19. Os primeiros passos aprofundaram a revisão teórica/pesquisa bibliográfica realizada no primeiro semestre, especialmente sobre o tema, para posterior realização das entrevistas com fontes especialistas.

No que tange o aporte teórico relacionado a DC, foram consultadas referências teóricas e produções de médicos, instituições, nutricionistas e psicólogos relacionados ao tema; e na parte da infografia, a pesquisa abordou: história, definição, função, uso e características do ambiente digital. Após o fechamento e correção do suporte teórico, o passo seguinte foi a estruturação da infografia e a definição dos tópicos a serem abordados. Para isso, foi realizado um *brainstorm*, que deu origem a um mapa mental (Figura 1) sobre o tema, relacionando os principais questionamentos acerca da condição e aliado, também, à pesquisa bibliográfica realizada previamente. A partir dele, foram levantadas as primeiras ideias estruturais (Figura 4), as fontes necessárias (Figura 2) e a criação de um “selo” para a infografia (Figura 3), a partir de referências de marcas “sem glúten” já existentes. Neste processo específico de produção do “selo” e reflexão sobre a identidade visual da infografia, foram observados: o padrão circular; a linha de proibição, que lembra uma placa de trânsito e o ramo do trigo - principal associação quando se fala de glúten, as cores mais frequentes, entre outros.

No processo de criação da identidade visual da infografia, foram buscadas “referências do que já foi feito com o tema em questão, além de inspirações estéticas” (CARVALHO E ARAGÃO, 2012), e produzido um painel de referências orientador. Neste momento, foram considerados, também, os contatos com alguns celíacos, na intenção de realizar um levantamento de tópicos essenciais ao entendimento do tema, complementar ao *brainstorm*. Foram selecionados 5 perfis no Instagram e realizado o contato no final de setembro de 2020 (Figura 5).

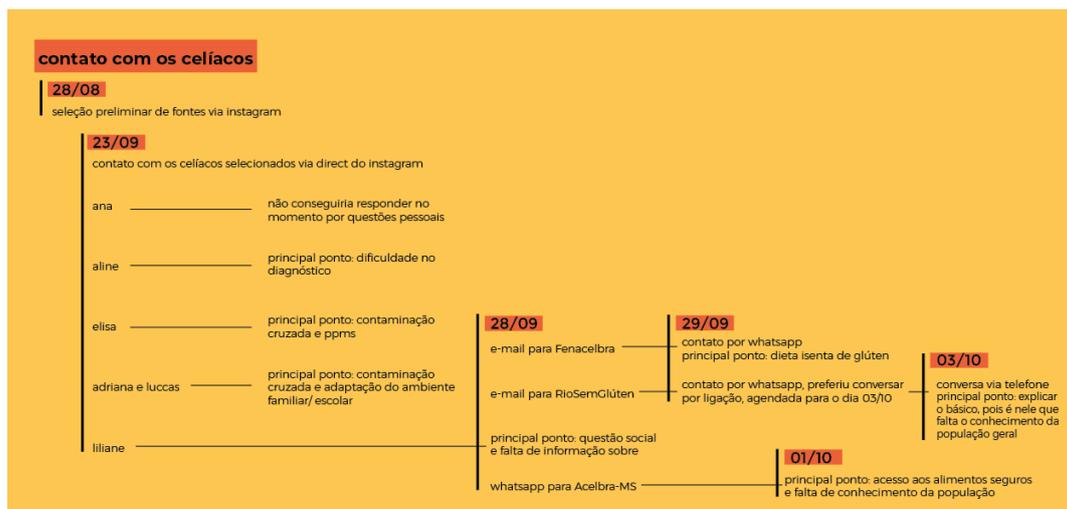


Figura 5: Linha do tempo do contato com os celíacos e associações (produção da autora, outubro de 2020).

A escolha dos perfis foi realizada a partir do número de seguidores e critérios como, por exemplo, a idade, o local, o gênero. Entre os selecionados, apenas um perfil é de um menino, algo esperado por conta da maior incidência da DC em mulheres (PEDRO *et al.*, 2009). Além destes perfis foi realizado contato, via e-mail, com os responsáveis pela FENACELBRA (Federação Nacional das Associações de Celíacos do Brasil), Acelbra MS (Associação dos Celíacos do Brasil) e site RioSemGlúten - este último por ser referência no tema há 16 anos, com grande acervo de informações sobre a DC. A partir destes contatos foi possível pontuar os tópicos primordiais, como explicar o que é, em quem ocorre, por que? assim como informações a respeito do diagnóstico, do tratamento, da contaminação cruzada por glúten e rotulagens, considerados mais difíceis de explicar.

Concomitante, foram realizadas as escolhas visuais, a partir de painéis de referência (Figura 6), que serviram para a observação de símbolos, cores, tipografias e organização de informações em produções variadas relativas à DC. Especialmente, porque “uma parte importante da pesquisa é a de conhecer esses parâmetros e como foram desenvolvidas as criações iguais ou semelhantes em outros contextos” (FUENTES, 2006,

p. 40). Buscou-se, com essas referências, refletir sobre as possibilidades de produção de uma infografia sobre a DC, e percebeu-se que a maior parte das infografias eram imagens estáticas, sem uso de recursos multimídia. A organização do painel ocorreu de forma aleatória, demonstrando - no primeiro conjunto de imagens - a frequência de cores laranja/amarelo saturadas, e no segundo, cores azul e rosa/roxo, com um direcionamento mais “clínico” e/ou próximo a cores utilizadas na área da saúde.



Figura 6: Painéis de referência com infografias sobre o tema (produção da autora, setembro de 2020).

Cada cor se relaciona a sua história, hábitos e significados, construídos de forma coletiva e social e cultural, “materializados de várias formas em filmes, placas de trânsito, tarjas de remédios, batons, enfim, vários objetos que continuam mediando a interação social do ser humano” (SILVEIRA, 2015, p. 122). Essas associações causam efeitos psicológicos e fisiológicos nos indivíduos, com reações dependentes do contexto de aplicação, que interferem significativamente na percepção e interpretação das mensagens. Por isso, a definição da paleta cromática é tão importante.

Pastoreau (apud SILVEIRA, 2015), por exemplo, aponta determinadas ligações da cultura ocidental a algumas cores, como o vermelho: uma cor dinâmica, que causa sensações de alegria, felicidade, aviso, atenção, energia, entre outros. O amarelo cor da luz e do calor, da prosperidade, da riqueza; da alegria, da energia, da mentira e da traição, causa “sensação de excitação do intelecto e ajuda na retenção de informações na memória, de início importante” (idem, p.123), entre outros. O laranja, por sua vez, é a soma do vermelho e do amarelo; e os tons de verde foram selecionados, pois remetem ao “Maio verde”, mês da conscientização da condição celíaca, e também à esperança, natureza, higiene, saúde, liberdade e juventude, causando sensações de controle,

completude, prosperidade, sorte, “de estar num ambiente natural, num jardim; sensação de estar num ambiente naturalmente agradável, esteticamente harmonioso; sensação de jovialidade, de energia, onde tudo é permitido” (idem).

Assim, após a análise das referências iniciou-se o teste da paleta cromática, a partir do verde como cor principal, já que ele está diretamente relacionado ao tema. A paleta, portanto, foi criada a partir relação entre tons de verde e cores complementares - amarelo/laranja, e uma cor próxima ao vermelho, para casos de destaque de informações. A primeira seleção foi realizada a partir de paletas baseadas nos tons pré-selecionados, para então chegar à paleta cromática final (Figura 7).

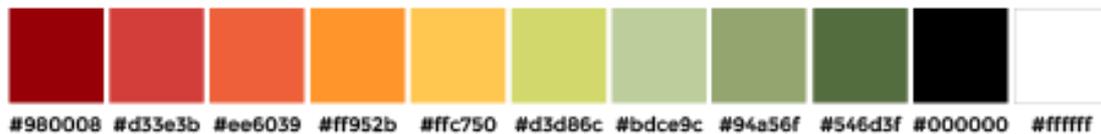


Figura 7: Paleta cromática final (produção da autora, setembro de 2020).

Além das cores, foi possível observar, nos painéis, o uso de tipografias sem serifa, com estrutura formal básica e de fácil legibilidade, capazes de proporcionar uma leitura agradável. Foi observada, também, a repetição do ramo de trigo na maioria das referências, sendo um elemento que, como previsto, é frequentemente associado ao tema. Outro fator interessante, é que na parte de sintomas, quase todos os infográficos analisados apresentam ícones de reforço à explicação textual e a ilustração do corpo humano focada no sistema digestório, com tópicos abordados de modo superficial, apontando, apenas, definições básicas ou mesmo indicação dos sintomas, diagnósticos possíveis e comidas relacionadas.

A tipografia é outro componente importante da produção gráfica, por cumprir

funções claramente diferenciadoras entre os diversos componentes textuais. Ela não trata igualmente um título e um texto, e neles marca diferenças e estabelece jogos visuais, estéticos e informativos. Tipo, tamanho, cor, opções dentro de uma família, o uso de maiúscula ou minúscula, entreletra, entrelinha, sangria etc. são variáveis que marcam as ênfases e as modulações correspondentes ao valor semântico e de composição das palavras (FUENTES, 2006, p. 72).

Na infografia, as tipografias escolhidas para a composição foram a *Noto Sans TC* (bold), e alguns estilos da família tipográfica *Montserrat* (Figura 8). Esta última, uma tipografia com características de estrutura básica e geométrica, de boa legibilidade, de fácil adaptação e flexibilidade na combinação com outros elementos. Além disso,

conforme as referências observadas no painel de referências, não possui serifa e é utilizada em vários projetos gráficos para a internet. A *Noto Sans* foi escolhida para ser uma fonte de destaque (fonte de título), especialmente, devido ao menor *Kerning*⁴.

ESTILOS DE PARÁGRAFOS

Título capa - **NOTO SANS TC BOLD**

Subtítulo - MONTSERRAT LIGHT

Intertítulos - MONTSERRAT SEMIBOLD

Texto - MONTSERRAT REGULAR, MEDIUM, SEMIBOLD E BOLD

Figura 8: Tipografias selecionadas para a composição (produção da autora, outubro de 2020)

Na sequência, foi definido o título do projeto: “O que os olhos não veem”, referindo-se ao ditado popular “o que os olhos não veem o coração não sente”, com a intenção de enfatizar o fato de que o glúten, por ser uma proteína não visível a olho nu, contida na estrutura interna do trigo, centeio e cevada, não pode ser visto, mas causa danos graves aos celíacos. Além disso, a expressão pode remeter, também, à questão do diagnóstico, considerada a baixa taxa de diagnósticos e o alto índice de desconhecimento da doença (LOPES, 2018). Neste contexto, o processo de finalização do selo, conectado ao título, seguiu a intenção de unir a frase ao ramo de trigo, de forma minimalista. A relação entre selo e título foi planejada à mão e, posteriormente, foram realizados testes no *software Adobe Illustrator*, para então ser definida a versão final (Figura 9).



⁴ Espaço entre os caracteres, em cada conjunto/combinção de caracteres.



Figura 9: Selo final, com possibilidade de variação de cor do fundo, de acordo com a paleta cromática da identidade visual da infografia, e com a possibilidade de ter ou não a frase “sem glúten” (produção da autora, setembro de 2020)

De um modo geral, a criação de uma identidade visual tem como objetivo propor características identificadoras, por meio de cores e tipografias específicas, capazes de tornar o infográfico sobre a DC um produto singular e com destaque (PERES, 2017). No caso da representação gráfica para compor a infografia, decidiu-se pela ilustração, sendo ela uma das poucas formas “de demonstrar fatos ou processos não visíveis. As desmontagens de máquinas, os cortes anatômicos ou as ilustrações médicas são informações que a ilustração traz a inteligibilidade para a mensagem” (FUENTES, 2006, p. 83). No caso deste trabalho, foi necessário representar processos internos aos órgãos humanos (Figura 10) e indicar acontecimentos específicos de procedimentos e contextos. O primeiro contato com a ilustradora Marina Duarte aconteceu em setembro de 2020, e depois das entrevistas e alinhamento com a orientadora, as ilustrações finalizadas foram entregues em novembro do mesmo ano; totalizando sete ilustrações e uma tirinha em quadrinhos. As ilustrações foram pensadas já no processo de estruturação da infografia, e serviram como direcionamento de leitura das informações selecionadas para serem apresentadas. Foram distribuídas na plataforma digital, em conjunto com textos, dados, sonoras e vídeos, seguindo os direcionamentos visuais definidos como identidade visual do projeto.

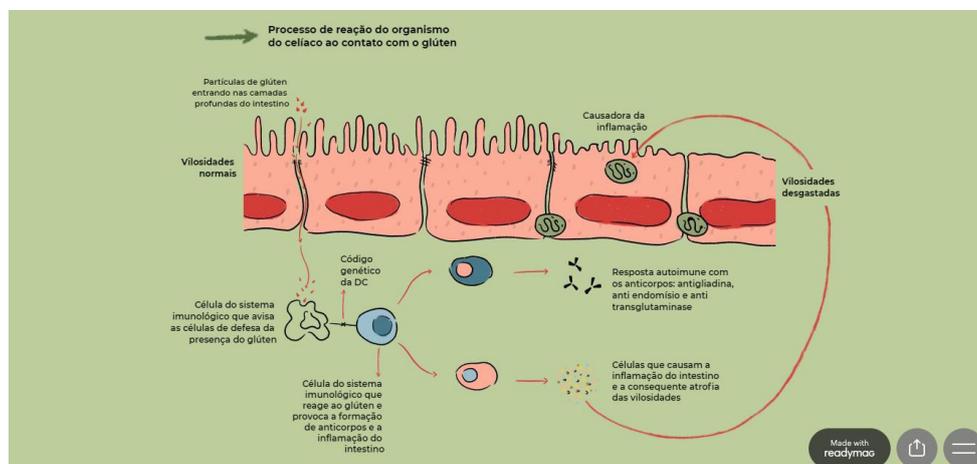


Figura 10: Ilustração da reação do organismo dos celíacos ao glúten (ilustração de Marina Duarte - produção da autora, outubro de 2020).

APURAÇÃO JORNALÍSTICA

Na fase de apuração, “são acessadas as fontes, ou seja, as pessoas diretamente envolvidas com ele – testemunhas, pesquisadores, autoridades etc. – e realizadas entrevistas; feitas pesquisas bibliográficas; cruzamento de dados; testes” (MORAES, 2013, p. 71). Assim, entre setembro e outubro de 2020, foram realizados os contatos com as fontes especialistas e agendadas as entrevistas. As especialistas foram selecionadas de acordo com a área de formação e devido ao conhecimento/relação direta com a DC.

Do ponto de vista dos objetivos, as entrevistas podem ser: rituais, testemunhais, temáticas, profundidade [...] as temáticas são entrevistas abordando um tema, sobre o qual se supõe que o entrevistado tem condições e autoridade para discorrer. Geralmente consistem na exposição de versões ou interpretações de acontecimentos. Podem servir para ajudar na compreensão de um problema, expor um ponto de vista, reiterar uma linha editorial com o argumento de autoridade (a validação pelo entrevistado) etc. (LAGE, 2006, p. 32).

Foram realizadas diversas tentativas de contato com especialistas, sendo realizadas quatro entrevistas temáticas, com duas médicas gastroenterologistas (segunda e terceira entrevistas, respectivamente, Danielle Kiatkoski e Luiza Dadan, ambas médicas que atuam diretamente com celíacos), uma nutricionista (última entrevista com Amanda Bagolin, coordenadora do Ambulatório de Nutrição para indivíduos com doença celíaca da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC) e uma psicóloga (primeira entrevista com Susy Rocha de Matos, que realizou seu mestrado com pacientes celíacos de um ambulatório), especialidades previstas no primeiro direcionamento de fontes. Para isso, foi organizado um roteiro de perguntas, baseado principalmente nas pesquisas bibliográficas e agendadas as entrevistas entre final de setembro e começo de outubro, via *Zoom*⁵ e *Google Meet*. As entrevistas (Figura 11) tiveram uma duração média de 55 minutos, gravadas com autorização do uso de imagem e voz e decupadas posteriormente.

⁵ Serviço de videoconferência baseado em nuvem que você pode usar para se encontrar virtualmente com outras pessoas - seja por vídeo ou apenas áudio ou ambos, enquanto conduz bate-papos ao vivo - e permite gravar essas sessões para ver mais tarde.

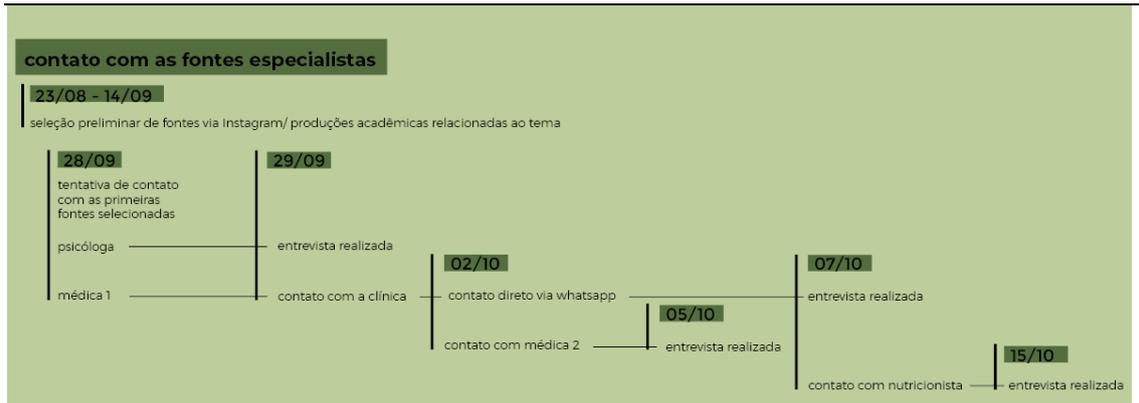


Figura 11: Linha do tempo do contato e entrevistas com as especialistas (produção da autora, outubro de 2020).

Após a realização e transcrição das entrevistas, iniciou-se o processo de seleção das informações e elaboração de conteúdo a ser disponibilizado no infográfico (CARVALHO E ARAGÃO, 2012). No total, foram mais de 45 páginas transcritas e o processo de separação e escrita para a produção do conteúdo final levou cerca de 4 dias, considerada – a todo momento – a relevância para o entendimento do tema (MORAES, 2013). A seleção final das informações uniu o conteúdo das entrevistas e os levantamentos bibliográficos, organizando-os conforme o estudo prévio, a definição de tópicos importantes e a estruturação do conteúdo na infografia.

PRODUÇÃO E DISCUSSÃO

A infografia elaborada, além de multimídia, é a soma de dois tipos de infografia: exploratória e explanatória, definidas por Moraes (2013, p. 73), respectivamente, como uma infografia que descreve “um determinado lugar, objeto ou pessoa, a pergunta pode ser o que? ou quem? Ou ainda onde?”, e explica “o funcionamento de alguma coisa ou relação entre determinados elementos, a pergunta pode ser como? ou por que?”. Entende-se que ao se tratar da DC, a junção dos dois tipos de infográficos responde às perguntas realizadas a respeito da temática e abrange a maioria das dúvidas e questões levantadas durante a pesquisa inicial.

O desenvolvimento do infográfico, portanto, se deu a partir do conteúdo finalizado, identidade visual definida e ilustrações produzidas. Com todos esses elementos em mãos foi elaborado um esboço da estrutura infográfica (Figura 12), com o intuito de visualizar as possibilidades de organização das informações e estruturar, de certa forma, a leitura do infográfico. Segundo Moraes (2013, p. 81), a organização dos elementos deve ser orientada pelos “princípios de hierarquização editorial que regem o

design jornalístico”. Durante essa etapa também foram pré-definidas quais partes das explicações seriam recursos multimídia.

Concluídas as etapas anteriores, inicia-se o processo de organizar as informações no espaço disponível. São esboços que podem ser feitos manual ou digitalmente com os elementos que precisam constar no layout. • Texto: Título, abertura, subtítulo e legenda. • Imagem: Representação de algo real ou imaginado. Pode indicar: Quem, o que, o que há dentro, onde, quando, como funciona, como fazer, movimento, qual exemplos, conceitos, comparações e comparações quantitativas. • Forma: Quais formas são importantes para a integração de texto e imagem? Ponto, linha, formas abstratas, espaço entre formas [...] Também é indicado realizar testes com leitores, a fim de confirmar a legibilidade e leiturabilidade das informações (CARVALHO E ARAGÃO, 2012, p.176).

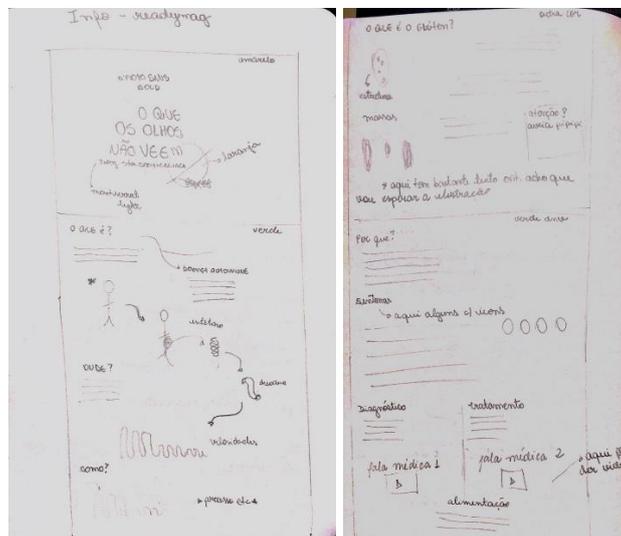


Figura 12: Alguns esboços das organizações (produção da autora, outubro de 2020).

A produção direta no site *Readymag*⁷, escolhido para ser a plataforma de diagramação e disponibilização da infografia multimídia produzida neste trabalho, se deu devido a liberdade de criação sem necessidade de códigos HTML, a possibilidade de inserção de recursos multimídia variados, como vídeos, áudios, hiperlinks e outros efeitos de animação, além de ser acessível em dispositivos conectados à internet. A diagramação do infográfico na plataforma se iniciou no final de outubro de 2020, com os primeiros testes de organização, sendo concluída no dia 12 de novembro, para análise e ajustes anteriores à entrega final do projeto.

⁷ O Readymag é uma plataforma web simples para desenhar sites, apresentações, portfólios e todo tipo de publicações digitais.

Na finalização do infográfico jornalístico multimídia, foi necessário “cuidar de fatores como a qualidade da visualização de tipografias e imagens, da funcionalidade dos elementos de hipertexto e vínculos e nos casos de websites, da adequação do design e a filosofia do site com os propósitos de comunicação do projeto” (FUENTES, 2006, p. 103). As imagens foram tratadas em programas de edição da Adobe⁸ para se adequarem à visualização online, especialmente para *desktop* (também é possível ler no celular, por responsividade⁹ do próprio *Readymag*), assim como os materiais de áudio e vídeo. A definição de corpo e distribuição tipográfica considerou visualizações em telas de tamanho diferente e uma certa liberdade de leitura; elementos complementares foram utilizados para direcionar a leitura em seções e os conteúdos multimídias – incluídos recursos interativos (Figura 13) - apareceram como complementos importantes das informações dispostas em texto escrito e ilustração.



Figura 13: Recursos interativos da infografia (produção da autora, novembro de 2020).

CONSIDERAÇÕES POSSÍVEIS

A DC é uma condição séria. Sem o devido tratamento, a longo prazo, pode causar complicações irreversíveis. O termo “doença”, por si só, já causa espanto, seguida da explicação de que o tratamento deve ser uma dieta isenta de glúten. A reação sobre o tratamento, contudo, é na maioria das vezes surpreendente “Ah, é só isso? Só parar de comer glúten? Você vai emagrecer assim!”. O fato da maioria das pessoas, além de não conhecerem a DC, não entenderem as complicações e consequências da isenção do glúten no dia a dia, coloca esse projeto no radar das possibilidades de melhoria de vida e de impacto social.

A infografia multimídia, por sua vez, insere-se como meio ideal para explicar uma condição complexa e cheia de pormenores. Um projeto visual que, literalmente,

⁸ Adobe Audition, Adobe After Effects, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Adobe Indesign⁸.

⁹ Característica do *Design Responsivo* cuja abordagem se destina a elaborar sites para fornecer uma excelente experiência de visualização, leitura e navegação, adaptando-se ao tamanho da tela de variados dispositivos (monitores, celulares etc.).

desenha a DC, e que ao ser veiculado pela internet, amplia o acesso aos dados coletados e compilados infograficamente. Desmistificar a DC, informar as pessoas, e promover um entendimento aprofundado da complexidade da condição celíaca - não é só tirar o glúten – foi o objetivo inicial deste projeto. Com a pretensão, ainda, de demonstrar que apesar de tudo estar ligado à alimentação, quem se restringe, sofre com os limites alimentares que acabam por impactar a convivência social e outras experiências que envolvam – direta ou indiretamente – qualquer processo alimentar.

Ainda, a experiência de produção sistêmica – o envolvimento em todas as etapas do processo – demonstram que a produção infográfica multimídia tem vários desafios. Precisa envolver um trabalho e uma equipe multidisciplinar, jornalistas, fontes especialistas, produtores de imagens, programadores, entre outros. E tempo. O planejamento, levantamento bibliográfico, levantamento de dados e informações, a realização das entrevistas, decupagem, seleção de material textual e visual, estruturação da infografia, direcionamento da representação visual, criação da identidade visual, diagramação e publicação foram processos realizados durante um semestre de finalização de graduação.

Durante todo este processo de elaboração e desenvolvimento deste projeto, foi possível perceber como o design – em especial o design da informação - e o jornalismo – incluído o jornalismo visual – podem caminhar juntos em prol de objetivos comunicativos comuns; e como ambos, a partir das novas ferramentas tecnológicas, se potencializam em um ambiente virtual. A infografia em si é uma ferramenta importante para a comunicação, e quando somada as ferramentas multimídias, como áudio, vídeos e hiperlinks, enriquece a experiência do usuário e aumenta a possibilidade de aprofundamento e entendimento do tema que está sendo tratado.

O tema da Doença Celíaca, neste sentido, apresentado infograficamente, com o potencial multimídia do ambiente virtual, torna-se mais acessível e didático. As ilustrações que desenham as informações combinando elementos verbais, pictóricos, esquemáticos e simbólicos, aumentam as possibilidades de entendimento da condição e, espera-se, promovem novos espaços de discussão, aceitação e inclusão.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, J. & ARAGÃO, I. Infografia: Conceito e Prática. São Paulo. In **InfoDesign**, v. 9, n. 3, 77, 2012, p. 160 - 177.

DA LUZ, C. R. N. E. *et al.* Manifestações clínicas, laboratoriais e histológicas da doença celíaca: relato de caso. **Revista de Patologia do Tocantins**, v. 7, n. 1, 2020, p. 27-30

FUENTES, R. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. trad. Oswaldo Antônio Rosiano. São Paulo: Rosari, 2006.

IBGE. PNAD Contínua TIC 2018: Internet chega a 79,1% dos domicílios do país. In: **Agência IBGE Notícias**. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais>. Acesso em: 31 out. 2020.

LAGE, N. **A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001. 189p.

LOPES, D. J. M. **Doença Celíaca: do conceito à abordagem terapêutica**. 2018. 46 f. Dissertação (Mestrado em Medicina) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2018. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/8477/1/6177_13201.pdf. Acesso em: 26 fev. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Protocolo Clínico e Diretrizes Terapêuticas**. Doença Celíaca. Portaria SAS/MS nº 1149, de 11 de novembro de 2015. Revoga a Portaria nº 307/SAS/MS, de 17 de setembro de 2009. Disponível em: <http://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2016/fevereiro/05/Doen--a-Cel--aca---PCDT-Formatado---port1449-2015.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2020.

MORAES, A. **Infografia: história e projeto - origens, conceitos e processos do design que modificaram a forma da mídia mais tradicional da história**. São Paulo: Blucher, 2013.

PEDRO, N. *et al.* Doença Celíaca – revisão de conceitos e novos desenvolvimentos. **Sociedade Portuguesa de Medicina Interna**, v.16, n.1 jan./mar. 2009. Disponível em: <http://rihuc.huc.min-saude.pt/bitstream/10400.4/1320/1/Doen%C3%A7a%20cel%C3%ADaca.pdf>. Acesso em: 06 set. 2020.

PERES, R. L. P. **Ensaio sobre projeto de identidade visual concepção, especificações e aplicações**. Texto produzido para a Disciplina de Planejamento Visual do curso de Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2017.

RIBAS, B. **Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo**. Salvador: UFBA, 2004. Disponível em: www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf. Acesso em: 11 abr. 2020.

ROCHA, S. *et al.* Os impactos psicossociais gerados pelo diagnóstico e tratamento da doença celíaca. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, São Paulo, v. 50, n. 1, fev. 2016. p. 65-70. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/20609>. Acesso em: 05 set. 2020.

SILVEIRA, L. M. **Introdução à teoria da cor**. 2 ed. Curitiba: UTFPR, 2015. 169 p. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/1582/4/teoriacor.pdf>. Acesso em: 31 out. 2020.

TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Prefácio Luiz Iria. Salvador: EDUFBA, 2010. 120p.

WORLD GASTROENTEROLOGY ORGANIZATION GLOBAL GUIDELINES. **Doença Celíaca**. Milwaukee, jul. 2016. Disponível em www.worldgastroenterology.org/guidelines/global-guidelines/ceciac-disease/ceciac-disease-portuguese. Acesso em: 31 mar. 2020.