

folha de rosto

Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação

Significados composicionais de Infográficos e o combate à desinformação em tempos de Covid-19

Silvana Pereira da Silva

Mestranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Graduada em Educação Artística com Ênfase em Computação Gráfica pela Universidade Salvador (UNIFACS). Designer da Associação Baiana de Medicina (ABM) e da Interativa Design e Editorial (IDE).

silvana.interativa@gmail.com

Jaíres Oliveira Santos

Doutoranda e Mestra em Ciência da Informação, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Bacharela em Biblioteconomia pela UFBA. Professora do Instituto de Ciência da Informação (ICI) da UFBA.

jairesoliveira@gmail.com

Resumo

Este artigo empreende um debate sobre a contribuição dos infográficos no combate a proliferação de desinformação, em vista dos significados composicionais de elementos visuais e verbais. Para atender a este objetivo, realizou-se uma reflexão bibliográfica e usou-se três infográficos do site da Organização Mundial da Saúde (OMS). Concluiu-se que os infográficos apresentam características que ajudam na disseminação de informações idôneas, coesas e concisas, de modo que contribuem efetivamente para suprimir as desinformações em tempos de Covid-19.

Palavras-chave: Infográficos. Desinformação. Covid-19. Design gráfico.

Meaning of compositional Infographics and combating misinformation Covid-19 times

Abstract

This article undertakes a debate on the contribution of Infographics in combating the proliferation of misinformation, given the compositional meanings of visual and verbal elements. In order to meet this objective, a bibliographic reflection was carried out and three infographics from the World Health Organization (WHO) website were used. It is concluded that the infographics have characteristics that allow the dissemination of suitable, cohesive and concessions information, so that they effectively contribute to suppress as disinformation in the Covid-19 times.

Keywords: Infographics. Disinformation. Covid-19. Graphic design.



Este trabalho está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-Compartilha Igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

1 Introdução

Os infográficos são reconhecidos como a peça gráfica capaz de transformar dados de massa em informações visuais no formato de gráficos. O referido conteúdo na mídia on-line atribui um valor substancial para a comunicação e para a construção de conhecimento sobre determinado assunto. Por isso, empreendemos um debate sobre a contribuição dos infográficos no combate a proliferação de desinformação em tempos de SARS-CoV-2 (Covid-19). O caráter singular do infográfico, que converge recursos visuais e textuais em um material de divulgação, contribui para que os sujeitos possam entender a mensagem de forma simples e prática.

Em 31 de dezembro de 2019, quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi notificada sobre os primeiros casos de infectados da Covid-19 em Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China, o mundo passou a vivenciar um período de grandes transformações impulsionadas pela necessidade de isolamento social e afastamento das atividades presenciais tanto laborais quanto pessoais. Isso inclui o fator infodêmico - que releva a dificuldade de identificar informações verdadeiras e inverídicas em um contexto de larga disseminação de conteúdos, fato que gera ansiedade de forma generalizada na sociedade. A desinformação impera nessa dinâmica e, por isso, se torna primordial discutir métodos de difusão de informações de modo que contribuam para minimizá-la. Os infográficos despontam como uma opção potencializadora na busca pela informação mais segura.

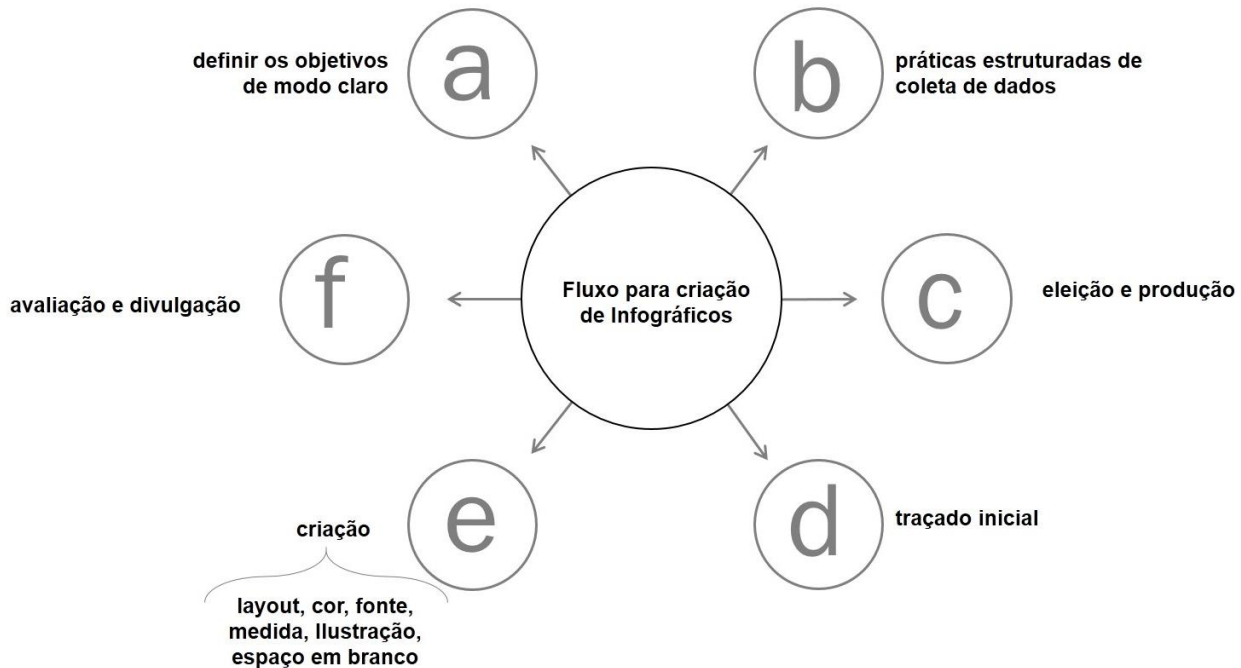
2 Infográficos e seus significados composicionais

Os infográficos são uma das formas mais conhecidas de visualização de informações, especialmente na mídia, para que os leitores entendam rapidamente a essência da mensagem transmitida. Projetados para visualizar dados e ajudar a tornar mais simples as informações, são um estilo textual multimodal por congregar diversas modalidades informativas e comunicativas, como imagem, fala, gesto, texto, hiperlinks, dentre outros. Smiciklas (2012, p. 3, tradução nossa) define infográficos “[...] como uma visualização de dados ou ideias que tenta transmitir informações complexas a um público, de uma maneira que possam ser rapidamente consumidas e facilmente compreendidas”.

Enfatiza-se que eles têm a função de fornecer conteúdo instrucional abstrato, complexo e denso de forma hábil, concisa e clara, apoiando, desse modo, o aprendizado dos indivíduos acerca de determinado assunto. São usados, portanto, para a apresentação de informações a um vasto público, como é o caso daqueles referentes à pandemia da Covid-19. A convergência de recursos visuais e textuais em um material de divulgação contribui para que as pessoas possam apreender, de maneira simples e prática, as informações ali dispostas. Em suma, os infográficos fornecem uma quantidade maior de informações em curto espaço e, mesmo assim, o fazem de maneira clara e satisfatória. Smiciklas (2012) afirma que o processo de desenvolvimento e publicação de infográficos é chamado de design de informações e sua finalidade consiste em transmitir informações objetivamente.

Na visão de Quintão e Triska (2014) o design de informação contempla o decurso de identificação, planejamento e organização de conteúdos de uma mensagem, que objetiva atender a uma demanda informacional de destinatários específicos. Isso inclui uma pesquisa de perfil dos consumidores, já que a quem “[...] a informação se destina, exerce um papel importante para o processo do design de informação...” (QUINTÃO, TRISKA, 2014, p. 108). A ideia é otimizar a aquisição informacional e isso independe de sistemas analógicos e digitais. O importante, nesse contexto, é que o entendimento de determinado assunto seja viabilizado pela leitura do infográfico e que isso potencialize o diálogo empreendido. Para alcançar a pretensão dessa forma relevante de divulgação de informação, é preciso considerar alguns aspectos fundamentais (Figura 1) ao elaborá-lo, quais sejam:

Figura 1 – Fluxo para criação de Infográficos



Fonte: Elaborado pelas autoras.

- a) definir os objetivos de modo claro - por que e para quem estou produzindo o material, buscando identificar a questão que o conteúdo gráfico pretende responder ou esclarecer e onde será divulgado;
- b) práticas estruturadas de coleta de dados - nessa ocasião deve-se fazer um levantamento de informações com potencialidade para contribuir na elaboração do infográfico. É importante que apresente dados concretos acerca da temática abordada e que as fontes da pesquisa sejam idôneas;
- c) eleição e produção - este é o momento de selecionar as informações que se mostram mais pertinentes e que atendem prontamente à demanda e usá-las, de fato. Lembre-se de que a ideia é chamar a atenção do leitor, então, recomenda-se evitar informações semelhantes e pouco atuais. Opta-se, destarte, por palavras que deem a ideia de ineditismo, criam-se pequenos textos em blocos e acrescenta um título criativo;
- d) traçado inicial - é preciso esboçar o material para que seja possível uma avaliação da disposição hierárquica dos elementos, a definição de onde as imagens se encaixam e o estilo geral do infográfico em produção;
- e) criação – este passo requer a escolha de uma ferramenta para levar a cabo tal elaboração, contudo, as características do material de design independem disso. Então, seleciona-se:
- Layout - existem duas possibilidades básicas, a criação do zero - onde é preciso pensar no fluxo informacional, e o uso de templates – opção que pode ser mais confortável, por não demandar trabalho nesse sentido;
 - Cor - atentar para as implicações semióticas, considerando os aspectos estéticos e psicológicos das cores e sua importância na vida dos leitores;
 - Fonte - o estilo do infográfico deve estar em consonância com a fonte eleita; desse modo, se a marca segue uma linha tradicional, é necessário o uso de uma fonte que esteja em sintonia com esse contexto;

- Medidas - para defini-las é preciso ter ideia de onde será divulgada a peça e verificar as regras específicas do ambiente informacional, tais como blog, Facebook, Instagram, Twitter, dentre outros;
 - Ilustração – ocasião em que já é possível visualizar um infográfico em projeção, então é o momento propício para usar pictogramas, ícones, fotos, *gifs*, etc.;
 - Espaço em branco – respeitar o leitor e deixar espaços em branco no Infográfico, isto é, sem elementos, permitindo que haja uma distância necessária entre eles e que o entendimento da mensagem seja facilitado.
- f) avaliação e divulgação – na fase final da criação do infográfico é imprescindível admitir a necessidade de revisão e (re)avaliação, pois é uma forma de evitar desde erros ortográficos à equivocados de conteúdo, por isso, a dica é fazer quantas leituras julgar necessárias para que o material seja divulgado com a qualidade desejada. Antes da divulgação, porém, convida-se o público-alvo a uma leitura complementar sobre a temática abordada, seja por meio de uma matéria em um site ou até mesmo um livro - esse processo é denominado de chamada para a ação. Por fim, divulga-se amplamente o infográfico nas redes sociais digitais; isso faz com que ele tenha um alcance elevado.

Ante o exposto, é inevitável constatar que a atividade de composição de infográficos é importante para que as pessoas consigam se informar de modo rápido e significativo. Nesse transcurso, destaca-se a relevância da escolha da ferramenta para tal criação, por isso cabe citar o serviço online oferecido pelo Canva¹, uma opção descomplicada e que permite a criação de peças de design e edição de imagem. Essa ferramenta está disponível para os navegadores e em aplicativo compatível com os sistemas operacionais IOS e Android. É, portanto, uma opção pertinente e que conta com modelos predefinidos, o que facilita o trabalho criativo (Figura 2).

Figura 2 – Elaboração de Infográficos no Canva



Fonte: Canva (2020, on-line).

Ainda na perspectiva de apreensão dos significados dos infográficos, admite-se que o visual é um recurso poderoso nesse processo de aprendizado e construção de conhecimento. O significado composicional ajuda a manter a memória ativa e contribui para a pronta recuperação daquilo que foi visto, isto é, quanto mais visual for uma mensagem instrucional ou informativa, maior será a probabilidade de ser reconhecida e lembrada. Ademais, tal significado contribui para a ação cognitiva, onde o sujeito consegue reconhecer um contexto embutido na mensagem. Um infográfico cumpre, destarte, a sua

¹ <https://www.canva.com/>

função quando desperta o interesse e a atenção de homens e mulheres em diversificados ambientes, nos quais transita a informação.

Kress e Van Leeuwen (2006) afirmam que os aspectos multimodais do infográfico foram verificados pela Associação dos pressupostos da Gramática do Design Visual, quando tiveram a oportunidade de ratificar o quanto os elementos visuais e verbais se relacionam com o texto em uma composição gráfica. O significado da composição é a primeira ação a ser determinada mediante a inserção dos elementos como valor da informação - que sugere a evidência dos elementos em um texto. A arrumação horizontal destaca os elementos à esquerda como informações conhecidas e pressupostas, a saber, 'dados'. Por outro lado, os elementos da direita são identificados como 'novo', parte inovadora e que desperta a atenção. A disposição vertical congrega as informações empíricas e generalizadas no topo como 'ideal' e a parte inferior postula o prático, representando informações como 'real' (figura 3).

Figura 3 – Estrutura da informação.



Fonte: adaptado de Kress e van Leeuwen (2006, p. 197, tradução nossa).

O valor da informação também pode ser disposto na estrutura circular, na qual o 'núcleo' da informação é inserido no 'centro' e os elementos dependentes orbitam em torno do núcleo como 'margem'. A segunda variável do significado composicional é a saliência - elemento que ocupa uma "[...] hierarquia de importância mais alta [...] quanto mais importante, mais digno de destaque [...]" (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 201). A terceira variável no significado composicional é o enquadramento, que se refere ao modo como os elementos visuais e o texto estão conectados em unidade ou blocos de informações separadas.

Chega-se à percepção de que a discussão aqui empreendida corrobora para o entendimento de que todos os aspectos que permeiam a criação de infográficos ajudam na sua consolidação como fonte de informação sucinta e autossuficiente. Nesse sentido, esse artigo argumenta que eles podem ser aliados no combate a desinformação sobre o novo coronavírus (Covid-19), especialmente na conjuntura atual, onde as pessoas ainda estão se familiarizando com a temática, atualizada diariamente, e não possuem um padrão mental prévio que auxilie na compreensão das novas informações que impactam diretamente as suas vidas.

3 Infográficos e o combate à desinformação em tempos de Covid-19

No cenário atual da mídia digital, qualquer evento de grande repercussão nacional e internacional resulta em uma dinâmica de desinformação oportunista em torno de notícias que procuram causar danos à população. O surto de Covid-19 é um evento global sem precedentes em tamanho e escopo, o que coloca o assunto em pauta constante nas agendas mundiais, e principalmente nas redes sociais. A infodemia ganha destaque nesse cenário, que segundo a Organização Mundial da Saúde (2020b) diz respeito à divulgação em larga escala de informações, o que torna difícil identificar aquelas que são verdadeiras e que venham a sanar efetivamente a necessidade informacional sobre a pandemia.

A Organização Mundial da Saúde (2020b) afirma que, no contexto social hodierno, as informações são disseminadas rapidamente na mesma medida que um vírus. Capurro (2020) coaduna com esse pensamento e identifica duas pandemias: uma sanitária e outra informacional e reitera que é preciso um pensamento crítico para avaliar as informações capazes de trazer significados à vida de homens e mulheres nesse momento difícil que estamos enfrentamos. A Organização Mundial da Saúde (2020b) acrescenta que as pessoas passaram a compartilhar conteúdos em toda a parte do mundo, e isso, sem dúvida, foi fortalecido pelas redes sociais. Essa dinâmica infodêmica contribui para a proliferação de desinformação, pois essa divulgação em larga escala leva consigo notícias verídicas e inverídicas, e esse grande bojo informacional dificulta a distinção efetiva e eficaz entre elas.

A desinformação é entendida nesse estudo como as notícias com conteúdo falso, errado, enganoso, ilusório e/ou satírico e reflete as implicações de sua compreensão pelos sujeitos. Por um lado as pessoas que acreditam na informação e não tem consciência de que a intenção é desinformar e, por outro lado, os sujeitos que têm a clareza de que se trata de desinformação e, mesmo assim, consideram verdade, porque coaduna com os seus valores e ideologias. Nesse contexto é importante a averiguação de acontecimentos antes de dividir o conteúdo não apurado, ação que figura como uma boa prática para aumentar a conscientização sobre a importância do combate à desinformação em meio à pandemia.

Um dos efeitos da crise de desinformação global - bem estabelecida antes mesmo da pandemia de Covid-19 - é a perspectiva de o público diminuir sua confiança em todas as informações, porque encontra dificuldade em discernir fatos de *fakes*, publicações legítimas das fraudulentas e conteúdo partidário de informações reais e críticas. As publicações, especialmente as de nicho, podem ajudar a combater a desinformação preventivamente, simplesmente conhecendo as lacunas de informação e trabalhando para preenchê-las com narrativas poderosas e envolventes que podem ajudar a desmerecer falsidades e promover informações credíveis e verificáveis. A Organização Mundial da Saúde (2020b) pontua que a infodemia e, por consequência, a desinformação agrava a pandemia de Covid-19, pois

- a) impede que as orientações pertinentes e as informações confiáveis cheguem às pessoas;
- b) contribui para que as pessoas sejam acometidas por ansiedade, depressão e sobrecargas que afetam as suas emoções e que as impedem de trabalhar em demandas emergentes;
- c) influencia a tomada de decisão, na medida em que a situação sanitária e social exige respostas rápidas e não há tempo hábil para uma análise aprofundada das questões;
- d) há uma ineficácia no controle de qualidade das informações usadas nas ações empreendidas devido urgência com que as coisas acontecem;
- e) as publicações em redes sociais podem ser produzidas por qualquer pessoa e isso dificulta a atribuição de credibilidade a elas.

Neste contexto os infográficos podem ser utilizados como recurso para lograr êxito no combate a infodemia e a desinformação, ao oferecer informações idôneas para as pessoas, com a atribuição de credibilidade ao autor instituição, na medida em que se usa a OMS como fonte de informação. A referida Organização apresentou uma série de ações sugestivas (Figura 4) para que as pessoas apoiem essa luta contra a Covid-19.

Figura 4 – Como as pessoas podem ajudar a combater a infodemia de Covid-19?

Confie na OMS	Identifique as evidências	Evite as <i>fake news</i>	Apoie a ciência aberta
Verifique se a informação realmente faz sentido, mesmo que seja de uma fonte segura e já tenha sido compartilhada			Denuncie os rumores prejudiciais
Proteja a privacidade	Abra os dados (de qualidade)	Se você não tem como confirmar a fonte da informação, sua utilidade, ou se já foi compartilhada antes... é melhor não compartilhar	
Confirme se a informação já foi compartilhada antes por outras pessoas		Participe de conversas sociais com responsabilidade	
Continue a colaborar	Compartilhe informações com responsabilidade	Confirme a fonte, sobretudo em conversas no WhatsApp	
Se a informação não for confirmada, é melhor não compartilhar			Continue aprendendo

Fonte: Organização Mundial da Saúde (2020b).

Assim, os infográficos desenvolvidos pela OMS, pelo Ministério da Saúde e outros organismos com semelhante credibilidade são mais do que gráficos concebidos a partir de dados quantitativos. Eles congregam representações com conceitos semióticos alinhados aos aspectos gráficos e aos argumentos textuais, ambos projetados e organizados para apresentar um argumento coerente aos sujeitos, conduzindo-os ao acesso e ao uso de informações verídicas e pertinentes. Kress e van Leeuwen (2006) afirmam que o método da leitura visual é muito eficaz, pois fundamenta-se em princípios semióticos de como o significado é feito e compreendido.

Dito isso, apresentamos infográficos coletados no mês de abril de 2020 no site da OMS para que possamos compreendê-los como parte fundamental no combate a desinformação no contexto de pandemia. Na figura 5, há um empenho em trazer à luz conteúdos primordiais para que as pessoas se mantenham informadas sobre a transmissão da Covid-19: 1) propagação de pessoa para pessoa –pelas gotículas liberadas quando alguém doente espirra, tosse e as secreções caem na boca ou no nariz de pessoas próximas ou quando entra em contato próximo (por meio de abraço e aperto de mão) com alguém doente; 2) o vírus pode também ser deixado (ou transmitido) em objetos e superfícies - lenços, maçaneta, laptop e mouse, botões de elevador; dispositivos digitais e canetas.

Portanto, se você tocar em algo contaminado e pôr a mão no rosto, poderá ficar doente. Reduza essa possibilidade da seguinte maneira: lave suas mãos frequentemente, evite tocar nos olhos, nariz e boca; evite também contato com alguém que esteja doente, procure tossir ou espirrar no cotovelo dobrado, não em suas mãos; limite reuniões sociais; evite passar em lugares lotados; e por fim, limpe e desinfete frequentemente objetos e superfícies tocadas.

Figura 5 – Infográfico do processo de transmissão da Covid-19



Fonte: Organização Mundial da Saúde (2020a).

Ainda nessa direção, a figura 6 apresenta informações concisas e direcionadas acerca dos procedimentos a serem adotados para evitar a contaminação de outrem. Isso inclui a proteção das mãos quando estiver tossindo ou espirrando, após isso, descarte o lenço e lave as mãos ou use álcool em gel. Alerta ainda para o uso de máscaras e em hipótese

alguma se deve tossir nas mãos. Sobre essa proteção, a Organização Mundial da Saúde (2020c) afirma que elas são usadas como estratégia para suprimir a transmissão do Covid-19 e salvar vidas. Contudo, frisa que essa ação isolada é insuficiente para uma proteção adequada, portanto, é necessária a convergência de múltiplas condutas: manter distância de um metro, limpar as mãos e evitar tocar no rosto e na máscara. A figura 6 é um infográfico que contempla todos os elementos debatidos aqui. Informa o leitor acerca da complexidade da pandemia com conteúdo geral sobre a doença, além de convidar o sujeito à ação de prevenção.

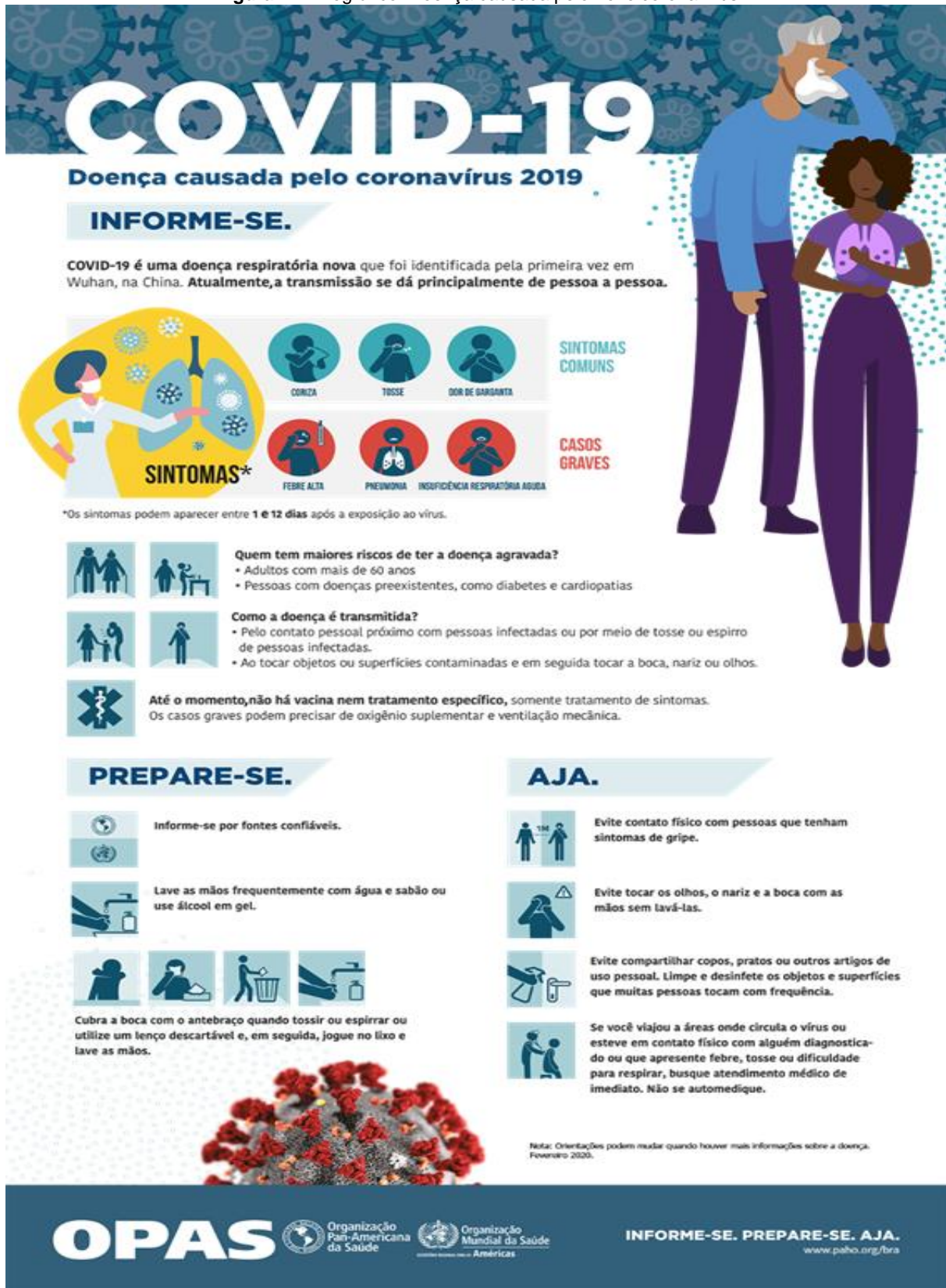
Figura 6 – Infográfico da Prevenção da Covid-19



Fonte: Organização Mundial da Saúde (2020).

Chan, Nickson, Rudolph e Joynt (2020) afirmam que os infográficos, quando bem projetados, fornecem informações – conforme as figuras 5, 6 e 7 – sintéticas e práticas à população e requer do leitor menor esforço cognitivo. Auxiliam, portanto, na tradução dos conteúdos da peça e precisam ser facilmente acessíveis, envolventes, reutilizáveis e modificáveis para atender às necessidades locais e dos usuários de maneira efetiva. O compartilhamento de informações por meio de infográficos acontece em larga escala nas redes sociais e em sites, o que nos leva a compreender de que são acessados por uma diversidade de públicos que estão presentes nos referidos ambientes.

Figura 7 – Infográfico: Doença causada pelo novo coronavírus



Fonte: Organização Mundial de Saúde ([2020]).

Nesse contexto de informações em mídias, destaca-se a Alfabetização Midiática Informacional (AMI), que ressalta a importância de desenvolver capacidades para o uso das mídias e da informação (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2017). Assim, ao desenvolvermos competência em informação² (SANTOS, 2015; SANTOS, BARREIRA, 2019; SANTOS *et al*, 2020), conseguiremos planejar a criação de infográficos. Isso é possível na medida em que definimos os objetivos de modo claro, estabelecemos práticas estruturadas de coleta de dados, elegemos e produzimos informações, traçamos os primeiros passos em busca da sua concepção, criamos esse conteúdo para ampla divulgação de determinada temática. Ainda assim, estabelecemos critérios avaliativos para (re)dimensionar a nossa práxis.

Dado o progressivo aumento do uso de infográficos para representar informações importantes, destaca-se o efeito positivo no envolvimento e na memorização. Nossos resultados sugerem que esses efeitos podem colaborar para melhor apreensão da informação a ser transmitida, pois as mudanças contínuas nas tecnologias e nos gêneros de comunicação continuam desafiando os designers no século XXI.

Os infográficos podem ser uma abordagem visual poderosa para transmitir informações e apoiar o entendimento conceitual, (SMICIKLAS, 2012). É possível também revelar que essas diretrizes gerais podem ser otimizadas para atender as peculiaridades do público-alvo. O gênero feminino, por exemplo, prefere infográficos mais coloridos e menos complexos, enquanto o masculino elege cores cada vez menos saturadas e com diferentes níveis de complexidade. A assimilação dos valores avaliativos em infográfico sugere a visualização de dados com imagens objetivas (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006) e carregada de valores simbólicos. Entende-se, portanto, que o uso de infográficos é apropriado para colaborar com a compreensão das informações sobre a Covid-19 e ajudam a dissipar as desinformações.

4 Considerações Finais

Os infográficos congregam uma estrutura que contribui para a construção de conhecimento dos sujeitos que precisam apreender informações de modo rápido no seu cotidiano. Isso ficou claro no decorrer da discussão aqui empreendida, na medida em que a literatura demonstra que eles são eficientes para transmitir informações complexas e apresentar significados de fácil compreensão ao público-alvo.

Apresentou-se a estrutura desejada do infográfico para que ele possa atender demandas informacionais do leitor. Portanto, para elaborá-lo é preciso definir os objetivos de modo claro, as práticas estruturadas de coleta de dados, a eleição da informação e os passos da produção, o traçado inicial, a criação, a avaliação e, por fim, a divulgação. Destaca-se, nesse contexto, a opção do uso do Canva, que constitui um serviço de criação de infográficos online e sem custos iniciais. Ademais, elucidou-se as variáveis dos significados composicionais (o valor da informação, a saliência e o enquadramento) dos infográficos e ilustrou-se a sua aplicabilidade.

Com isso, chega-se a percepção de que a conformação dos infográficos apresenta potencialidades para promover o acesso visual rápido e autossuficiente de informações, o que nos permite afirmar que são pertinentes na disseminação de informações assertivas sobre a pandemia de Covid-19. Isso se confirma quando analisamos os infográficos da OMS, que usam recursos como textos, cores e imagens para apoiar o leitor na construção de saberes.

Portanto, ao usar as potencialidades dos infográficos para publicizar informações idôneas, coesas e concisas sobre a Covid-19, eles estarão contribuindo para suprimir as desinformações. Ressalta-se que os sujeitos precisam desenvolver competência em informação de forma contínua, para que possam identificar e eleger aqueles conteúdos que contribuam de fato para a construção de conhecimento e que promovam a mobilização de práticas assertivas em relação à prevenção e ao combate à pandemia. Por isso, enalteçemos a necessidade de uma atitude consciente, crítica e reflexiva diante de quaisquer situações da vida do sujeito em sociedade.

² Consideramos informação em um contexto amplo e que inclui o cotidiano dos sujeitos, portanto, contempla aquelas advindas das mídias.

Referências

- CANVA. **Infográficos**. Austrália: Canva, [2020]. Disponível em: <https://www.canva.com/>. Acesso em: 15 maio 2020.
- CAPURRO, Rafael. De mensagens e mensageiros em tempos de pandemias biológicas e informacionais. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS CRÍTICOS EM INFORMAÇÃO, TECNOLOGIA E ORGANIZAÇÃO SOCIAL, 2020, Rio de Janeiro. [Palestra]. [S.l.]: [s.n.], 2020. Tradução Arthur Coelho Bezerra. Disponível em: http://www.capurro.de/pandemias_port.html. Acesso em: 15 maio 2020.
- CHAN, Albert K. M.; Nickson, C.P.; Rudolph, J.W.; Joynt, G.M. Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic. **Anaesthesia**, Estados Unidos da América, p. 1-4, 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/anae.15057>. Acesso em: 18 maio 2020.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: the grammar of visual design**. London, New York: Routledge, 2006.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Iniciativa pioneira em São Paulo de Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) leva case de sucesso para a Suécia**. Brasília, 2017. Disponível em: http://www.unesco.org/new/pt/rio-20/single-view/news/pioneer_media_and_information_literacy_mil_initiative_in_s/. Acesso em: 15 abr. 2020.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Folha informativa: COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)**. 2020a. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso em: 15 maio 2020.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Folheto Informativo**. 2020b. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=5. Acesso em: 15 maio 2020.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Qual é a orientação da OPAS e da OMS no que diz respeito ao uso de máscaras?** 2020c. <https://www.paho.org/bra/covid19/>. Acesso em: 6 jun. 2020.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **COVID-19: Doença causada pelo coronavírus 2019**. [2020d]. Disponível em: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRVGBaY7CQF0fG6o2wJ78yLCT1o8uK1jETcCQtNN9qdKnc7tB1s&s>. Acesso em: 15 maio 2020.
- QUINTÃO, Fernanda de Souza; TRISKA, Ricardo. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 105-118, 2014. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/243/168>. Acesso em: 28 jun. 2020.
- SANTOS, Jaires Oliveira. **Competência em informação dos egressos do curso de Biblioteconomia: uma análise na região Nordeste do Brasil**. 2015. 142 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/19516/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Jaires%20Oliveira%20Santos.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2020.
- SANTOS, Jaires Oliveira; BARREIRA, Maria Isabel de Jesus Sousa. O bibliotecário do Nordeste Brasileiro: elucubrações do processo de aprendizagem e da competência em informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 237-250, 2019. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/27825>. Acesso em: 15 abr. 2020.
- SANTOS, Jaires Oliveira *et al.* Avaliação informacional em ambientes colaborativos. **Em Questão**, Porto Alegre, online first, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Jaires_Santos/publication/342876715_Avaliacao_informacional_em_ambientes_colaborativos/links/5f0a8de64585155050a0189c/Avaliacao-informacional-em-ambientes-colaborativos.pdf.
- SMICKLAS, Mark. **The power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences**. Estados Unidos da América: Que Publishing, 2012. Disponível em: <http://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780789749499/samplepages/0789749491.pdf>. Acesso em: 15 abr 2020.

Artigo submetido em: 20/06/2020.

Aceito em: 30/06/2020.



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CARIRI
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Mestrado Profissional em Biblioteconomia



Este periódico é uma publicação do [Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia](#) da [Universidade Federal do Cariri](#) em formato digital e periodicidade quadrimestral.