

O Infográfico Também Opina¹

Maria Victória Sampaio²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Ana Carolina Behenck Lumertz³

Universidade do Sul de Santa Catarina - Unisul

Ricardo Aoki⁴

Universidade do Sul de Santa Catarina - Unisul

RESUMO

O estudo analisa infográficos da série “Igualdades”, da Revista Piauí, com foco nos pictogramas humanos e sua relação com estereótipos de gênero. Justifica-se pela importância de refletir sobre representações visuais no jornalismo e seus impactos sociais. O objetivo é identificar padrões que reforcem visões estereotipadas de masculinidade e feminilidade. A metodologia baseia-se em análise qualitativa e estudo de caso. Conclui-se que os infográficos analisados distorcem dados ao representar apenas um gênero, o que pode induzir o público a interpretações equivocadas e reforçar estereótipos.

PALAVRAS-CHAVE: Infográficos; Jornalismo; Pictogramas; Reportagens; Gênero

INTRODUÇÃO

O estudo apresentado nesta pesquisa observou os pictogramas humanos utilizados em infográficos jornalísticos publicados no portal da Revista Piauí. O foco foi entender como esses signos reforçam estereótipos de gênero ao retratar informações demográficas. Knoll e Fuzer (2019, p. 585) consideram que os infográficos são gêneros textuais autônomos que reúnem signos para comunicar de forma eficiente. Entretanto, observa-se que os infográficos que utilizam pictogramas humanos tendem a masculinizar a visualização dos dados de forma a aparentar que a sociedade é constituída majoritariamente por homens.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT09SU - Discursos, subjetividades e imaginários na comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduanda em Jornalismo do sexto período da Universidade Federal de Santa Catarina, email: victoriasampaio@gmail.com

³ Graduanda em Jornalismo do terceiro período da Universidade do Sul de Santa Catarina - Unisul

⁴ Professor de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), Pós-doutorando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), email: ricardoaoaki@ricardoaoaki.com

Os pictogramas são uma representação gráfica que utiliza imagens ou símbolos para transmitir informações de forma visual. Para AlNuwaiser e Buchanan (2016) os pictogramas são ícones a partir da definição dos três tipos de signos semióticos definidos por Charles Peirce, ou seja, Ícone, Índice e Símbolo. Os autores analisam que os pictogramas são elementos fundamentais na comunicação digital.

D'Ignazio e Klein (2020) discutem como visualizações de dados podem desumanizar indivíduos ao representá-los apenas como números ou estatísticas. Elas enfatizam que, ao criar infográficos, é crucial ir além da apresentação estética dos dados e considerar o impacto social e ético dessas representações. Dessa forma, esta pesquisa é realizada a partir da série Igualdades da Revista Piauí e buscou-se analisar como os pictogramas em infográficos jornalísticos constroem e reforçam estereótipos de gênero, identificando padrões visuais e sua relação com representações sociais de masculinidade e feminilidade.

METODOLOGIA

A pesquisa apresentada foi elaborada a partir de uma Análise Qualitativa do conteúdo da infografia jornalística publicada na Revista Piauí. De acordo com Triviños (1987), a pesquisa qualitativa busca compreender os significados do fenômeno estudado, sem se limitar somente à análise da aparência do objeto, investigando também sua essência e possíveis consequências provocadas na sociedade. Com isso em mente, partiu-se da classificação dos elementos visuais e dos padrões de design dos pictogramas utilizados para construir a narrativa da informação dos dados. Os pesquisadores realizaram um estudo de caso a partir da investigação dos infográficos específicos do portal. Segundo Yin (2001), o estudo de caso é uma investigação de caráter empírico e estratégia de pesquisa abrangente, que tem como intuito analisar um fenômeno contemporâneo no âmbito de seu contexto real, principalmente nos casos em que a delimitação entre contexto e objeto não está definida de forma plena. Assim, os pesquisadores buscam, a partir da análise dos infográficos, promover maior reflexão sobre como são representados os papéis de gênero e os estereótipos das figuras masculina e feminina em reportagens jornalísticas.

CORPUS DA PESQUISA

Para realizar a análise a respeito da contribuição dos infográficos jornalísticos para a prática de manutenção dos estereótipos sociais de gênero, utilizou-se como base a série de reportagens em texto “Igualdades” da Revista Piauí⁵. As matérias analisadas possuem política como principal tema (tanto nacional quanto internacional) e foram publicadas no período de abril de 2019 a junho de 2024. No total são 46 textos, sendo que 13 deles, publicados entre fevereiro e dezembro de 2020, não puderam ser devidamente analisados, já que o site da Revista Piauí não permite a visualização dos infográficos de maneira eficiente. A partir da análise de mais de trinta matérias, verificou-se que onze reportagens foram escritas e ilustradas somente por repórteres do gênero feminino, enquanto vinte matérias tiveram jornalistas produtores de ambos os sexos e somente um texto não apresentou nome de autor(a).

ANÁLISE DOS INFOGRÁFICOS

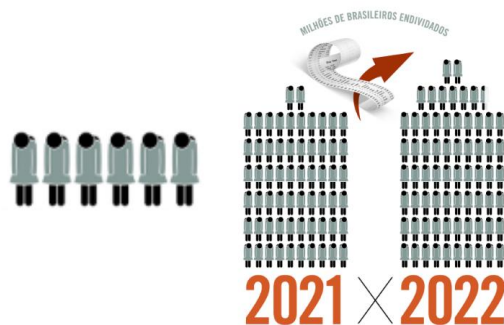
Os pesquisadores selecionaram dois casos para serem apresentados neste resumo, tendo em vista que o corpus da pesquisa é maior e mais robusto e será publicado oportunamente. Nesse recorte analisamos a reportagem “O Brasil que Lula herdou”, publicada em 02 de janeiro de 2023, ou seja, um dia após a posse do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e uma semana antes dos atentados terroristas às sedes dos poderes em Brasília. A segunda reportagem foi “A Intentona em Números” publicada em 08 de janeiro de 2024, um ano depois da tentativa de golpe de estado no Brasil, retratando quem são os presos e condenados pelos atos em Brasília.

Na Figura 1, o Infográfico mostra que o governo Lula herdou, no total, 68,4 milhões de brasileiros endividados, o que representa um crescimento de 6 milhões de pessoas nessa situação, comparado ao índice de 62,2 milhões registrado em setembro de 2021. Os dados do infográfico foram baseados no Mapa da Inadimplência e Negociação de Dívidas no Brasil, publicado mensalmente pelo Serasa. A série de reportagens “Igualdades”, do Piauí, tem o objetivo de humanizar, através de infográficos, temas políticos e sociais que afligem o Brasil. Entretanto, como argumenta Moraes (2022, p.

⁵ Série de reportagens publicadas na Revista Piauí no endereço: <https://piaui.folha.uol.com.br/igualdades/>

112), o dizer jornalístico só alcança toda sua potencialidade a partir do momento que refletimos sobre o nosso próprio dizer que não devem ficar escondidos atrás da técnica ou tecnologia. Por isso, observa-se que a informação do infográfico, apesar de tentar humanizar a informação, se equivocou ao fazer parecer que o universo de endividados é integrado majoritariamente por mulheres e mulheres exaustas.

Figura 1 - Pictogramas utilizados na reportagem “O Brasil que Lula herdou”



Fonte: Revista Piauí - Edição Digital de 02 de janeiro de 2023

De acordo com as estatísticas apontadas pela fonte utilizada na reportagem, o Mapa da Inadimplência e Negociação de Dívidas no Brasil (Serasa)⁶, mulheres representam 50,2% dos endividados no Brasil, enquanto homens são 49,8%, ou seja, uma diferença de 0,4%. Entende-se aqui que uma diferença de menos de meio ponto percentual não justifica um infográfico onde 100% dos pictogramas são de mulheres. Isso inclui a necessidade de contextualizar os dados, destacando as histórias e experiências das pessoas por trás dos números, para evitar reforçar estereótipos ou invisibilizar grupos marginalizados.

A segunda reportagem analisada fala a respeito do número de prisões e condenações realizadas pela justiça brasileira aos indivíduos acusados de participar e incitar as ações terroristas de 08 de janeiro em Brasília. Além disso, o texto também traz comparações entre o índice de sentenças e julgamentos realizados, no ataque ao Capitólio, em Washington, e no acontecimento semelhante que ocorreu em solo brasileiro. A matéria, que foi produzida por um repórter do gênero masculino e uma repórter do gênero feminino, possui somente pictogramas que representam figuras de homens. Nesse

⁶ O mapa pode ser acessado em: <https://encurtador.com.br/Hmc7U>. O acesso foi realizado em 01/05/2025

sentido, entende-se aqui que, a abordagem visual escolhida pode levar ao entendimento errôneo da situação pelo público. Isto é, a partir dos elementos presentes na reportagem, pode-se entender que apenas (ou em sua maioria) homens apoiaram o movimento antidemocrático no país e que o perfil dos participantes dos atos era predominantemente masculino. Levando em consideração alguns casos que ⁷receberam maior repercussão na mídia e nas redes sociais, em que as condenações e julgamentos realizados foram contra mulheres que estiveram no evento (como por exemplo, o caso de Débora, cabeleireira que pichou a estátua da Justiça com um batom), vê-se que houve, sim, participação de ambos os gêneros nos atos em Brasília, o que não é retratado de maneira eficiente pelos pictogramas na matéria do veículo.

De acordo com Cabral (2022, p. 4), as informações em gráfico são mensagens complexas representadas de forma visual, com o intuito de gerar maior entendimento do público acerca de determinados temas. Entretanto, é necessário refletir sobre as possibilidades de este tratamento de informações complexas ser utilizado para propagar desinformação e reproduzir erros de dados, que podem provocar interpretações errôneas das estatísticas apresentadas.

Atualmente, o Supremo Tribunal Federal (STF) já condenou 497 pessoas pelos atos terroristas de 2023. No total foram 497 condenações sendo 337 homens (68%) e 160 mulheres (32%). Supomos aqui que essa proporção pode ser a mesma que foi considerada pela reportagem que foi publicada quase um ano antes. Entretanto, a proporção também não justifica o gráfico que apresenta apenas pictogramas masculinos, como na Figura 2.

Figura 2 - Pictogramas utilizados na reportagem “A Intentona em Números”



Fonte: Revista Piauí - Edição Digital de 08 de janeiro de 2024

⁷ Reportagens disponíveis em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-brasil-que-lula-herdou/> e <https://piaui.folha.uol.com.br/intentona-em-numeros/>

CONCLUSÃO

Cabral (2022) argumenta que a partir de pesquisa do Pew Research Center de 2025, um total de 4 em cada 10 pessoas não consegue interpretar uma informação visual de forma correta. Ou seja, a partir do momento que um infográfico é construído e distorce visualmente a informação, podemos concluir que a disseminação inadequada de dados por meio de infográficos, pictogramas e ilustrações em produções jornalísticas pode conduzir a interpretações errôneas do público, o que leva à ineficiência na propagação das mensagens desejadas, ao prejuízo da imagem do veículo e à maior desconfiança da audiência em relação ao Jornalismo. Ainda segundo Cabral (2022), mesmo que um veículo não provoque ruídos de comunicação propositalmente, se faz necessário refletir sobre os possíveis usos inadequados da infografia no cenário jornalístico, para evitar possíveis erros de transmissão de informação em matérias produzidas nesse contexto.

Em relação às duas reportagens analisadas da Revista Piauí, conclui-se que o uso de infográficos e pictogramas de gênero se deu de maneira pouco embasada nos dados e de forma a facilitar interpretações que diferem da mensagem que o veículo gostaria de transmitir em seus textos. Isto porque as matérias possuem, propositalmente ou não, símbolos imagéticos que acabam por reforçar estereótipos de gênero socialmente construídos e difundidos, o que não faz jus à linha editorial e às demais produções da revista.

REFERÊNCIAS

- ALNUWAISER, W.; BUCHANAN, G. Semiotic perception of signs in web interfaces on mobile devices . In: BRITISH HCI 2016 CONFERENCE FUSION, 2016, Bournemouth, UK. *Proceedings of British HCI 2016 Conference Fusion* . BCS Learning and Development Ltd, p. 1-9, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.14236/ewic/HCI2016.10>
- D'IGNAZIO, Catherine; KLEIN, Lauren. **Data Feminism: Catherine D'Ignazio + Lauren Klein**. [S.l.]: MIT Open Learning, 9 mar. 2020. 1 vídeo (1h 00min 28s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vZ0E2GwFEzg>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- CABRAL, Eugênia.. Dados corretos, informações erradas. O uso de gráficos e a divulgação de desinformação. In: **ANAIS DO 20º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO**, 2022, Fortaleza. Anais eletrônicos..., Galoá, 2022. Disponível em: <<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/dados-corretos-informacoes-erradas-o-uso-de-graficos-e-a-divulgacao-de-desinform?lang=pt-br>> Acesso em: 15 Abr. 2025.
- KNOLL, Graziela Frainer; FUZER, Cristiane. **Análise de infográficos da esfera publicitária: multimodalidade e metafunção composicional**. *Alfa: Revista de Linguística*, São Paulo, v. 63, n. 3, p. 583-608, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-5794-1911-5>. Acesso em: 10 abr. 2025. <https://www.scielo.br/j/alfa/a/N9MfxM73zZZXw3RMjqPsDFD/?lang=pt&format=pdf>
- MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**: subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. Porto Alegre: Arquipélago, 2022. 368 p.
- TRIVIÑOS, A. N. S **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.
- YIN, R. K. **Estudo de caso**: Planejamento e Métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.