



O não dito em infográficos: jornalismo de dados, discurso constituinte e silêncio como efeito de sentido

The unsaid in infographics: data journalism, constituent speech and silence as a meaning effect

Eliza Bacheга Casadei^[a]

Kelly de Conti Rodrigues^[b]

Carlos Alberto Garcia Biernath^[c]

^[a]Doutora, ESPM, e-mail: elizacasadei@yahoo.com.br

^[b]Mestranda, Unesp, e-mail: decontik@yahoo.com.br

^[c]Mestrando, Unesp, e-mail: beto.biernath@gmail.com

Resumo

Surgido no final da década de 1960, com o intuito de conferir mais “precisão” às notícias, o jornalismo de dados se consolidou ao longo das últimas décadas como uma técnica supostamente objetiva, capaz de legitimar o discurso jornalístico. Composto por imagens e textos, os infográficos, embora tragam em seu bojo a promessa da precisão, carregam em si uma carga discursiva capaz de criar diferentes representações e efeitos de sentido. A partir desses pressupostos, este trabalho analisou um infográfico do jornal Folha de S. Paulo e outro de O Globo. A metodologia toma como base a Análise de Discurso de tradição francesa, visando a entender a constituição discursiva do jornalismo de dados.

Palavras-chave: Efeitos de sentido. Infografia. Jornalismo de dados.

Abstract

Emerged in the 1960s, with the aim of improving news accuracy, data journalism has been established as a supposed objective technique, able to legitimize the journalistic discourse. Composed by images and texts, infographics carry a discursive capacity to create different representations and meaning effects. Based on these assumptions, this study analyzes one infographic of the journal Folha de S. Paulo and another one from O Globo. The methodology used is the French tradition of Discourse Analysis, in order to understand discursive constitutions of data journalism.

Keywords: *Effects of sense. Infographics. Data journalism.*

Introdução

Partindo da crença de que números deve(ria)m (re)tratar fielmente determinado fato, o jornalismo de dados se apresenta para os leitores com uma promessa imaginária de um braço de objetividade na notícia. Entretanto, trata-se de uma promessa que não pode ser cumprida, posto que os dados que compõem a infografia trazem consigo mais do que o simples fato de noticiar: eles falam, são entrevistados e compõem uma narrativa jornalística que pode levar a diversos efeitos de sentido. Com um histórico recente quando comparado a outros elementos do jornalismo, os infográficos conquistaram relevância ao longo das últimas décadas e hoje detêm importância na prática jornalística, corroborando notícias e congregando narrativas.

No presente artigo, iremos estudar, a partir dos pressupostos metodológicos da Análise do Discurso, os não ditos articulados por infográficos jornalísticos compostos a partir do jornalismo de dados, tendo em vista os efeitos de sentido engen-

drados pelas técnicas composicionais mobilizadas por eles na construção das notícias e no uso dos dados numéricos. Serão utilizados, como *corpus* da pesquisa, infográficos publicados pela Folha de S. Paulo e pelo jornal O Globo.

Para isso, em um primeiro momento, iremos discutir as premissas que engendraram o jornalismo de dados (e, especificamente, sua materialização na forma de infográficos) como uma das matrizes historicamente marcadas de verdade presumida no jornalismo (ou, mais especificamente, como uma técnica datada de escrita vinculada aos efeitos de realidade e objetividade na produção noticiosa) e legitimador discursivo da prática jornalística em um dado período. Em seguida, iremos analisar os infográficos nos jornais citados. Nessas produções, é possível perceber, conforme discutiremos a seguir, que o não dito é engendrado como efeito de sentido, de forma que a narrativa urdida se estrutura a partir da dialética entre o que está posto nas técnicas de composição explicitadas nos infográficos e os elementos que estão apenas sugeridos em sua estrutura – de forma que o seu funcionamento argumentativo se processa em um jogo de remissões entre a significação do dado explicitado e o conteúdo do dado latente.

Jornalismo de dados e disputa simbólica pela definição de objetividade

O conceito de objetividade no jornalismo envolve mais do que uma intencionalidade ética por parte do jornalista ou a adoção de procedimentos técnicos de apuração validados pela prática profissional. Ele passa por um modo específico de escrita técnica que, validada pelos pares, cria imaginariamente um lastro de veracidade para o relato, de forma que o modo como se conta uma estória é tão importante para a constituição de seus efeitos de realidade quanto os dados que a compõem.

É nesse sentido que White (2008, p.18), por exemplo, irá definir as narrativas referenciais, como a história ou o jornalismo, não apenas como a apresentação de acontecimentos que se pretende imaginariamente verdadeira, mas sim como “**estruturas verbais** na forma de um discurso narrativo em prosa que pretende ser um modelo, ou ícone, de estruturas e processos (...) no interesse de explicar o que eram representando-os”. Também Certeau (2011, p. 45) irá assumir que uma característica fundamental do discurso referencial é sua capacidade de distinção do discurso ordinário, de forma que as narrativas referenciais não têm apenas a pretensão imaginária de “dizer a verdade” no discurso, mas sim, e principalmente, credenciarem-se como narrativas críveis e autorizadas a partir de procedimentos técnicos de escrita que as colocam em um lugar social privilegiado – aquele de dizer a verdade no

discurso. Para ambos os autores, portanto, o lastro imaginário de veracidade do relato precisa ser conquistado discursivamente pela narrativa e tal conquista depende, entre outros fatores, de um modo específico de escrita e de apresentação dos dados que os posicionem como vozes de autoridade para a apresentação de um fato.

Tais modos de acreditação do discurso, no entanto, são historicamente marcados. As técnicas de escrita que os jornalistas utilizam para articular os efeitos de realidade e criar uma suposta objetividade no relato são marcas específicas de um tempo histórico e mudam ao longo do tempo, de forma que certas estratégias de escrita e apresentação de dados entram em uso e depois em desuso, sendo reavaliadas e rearticuladas pelo grupo profissional mais amplo.

O chamado jornalismo de dados é sintomático de uma dessas emergências históricas de construção de um lugar de autoridade no relato jornalístico a partir da adoção de técnicas de apuração e de escrita específicas, de forma que o seu surgimento é consonante com uma rearticulação dos pressupostos sobre como devia ser articulada discursivamente a objetividade no relato jornalístico. Trata-se mesmo de uma discussão que envolve a mudança na estrutura discursiva da notícia que implica uma nova partilha entre os discursos jornalísticos considerados críveis e objetivos e aqueles que não devem ser entendidos como tais, de forma que, para os entusiastas da técnica, uma narrativa jornalística balizada deve ser aquela que contenha, em sua formulação, a utilização de bases de dados numéricas. Tal discussão envolve tanto uma técnica de apuração delimitada quanto um modo específico de apresentação de informações que encontra, nos infográficos, um lugar privilegiado de inscrição. Não é por acaso que Bradshaw (2011) insere a perspectiva do jornalismo de dados dentro do próprio fluxo de trabalho do jornalismo, como uma das formas validadas de trabalho e procedimento.

A utilização de bases de dados numéricas no jornalismo ganhou mais recorrência, sobretudo no final da década de 1960. Nesse momento, houve o desenvolvimento do chamado Jornalismo de Precisão – a partir do qual derivaram as técnicas do Jornalismo Guiado por Dados, conforme ficou mais conhecido atualmente – com Philip Meyer, então repórter do Detroit Free Press.

O jornalista desenvolveu a reportagem *The People Beyond 12th Street* (posteriormente contemplada pelo Prêmio Pulitzer), em 1967, que propunha a utilização de metodologias de pesquisa das Ciências Sociais para conhecer as causas e as características dos participantes de motins urbanos que aconteciam com frequência em Detroit. A cidade passava por um período de distúrbios sociais após uma invasão policial a um bar clandestino em 23 de julho. Esse acontecimento foi o estopim para que outros moradores locais se inflamassem e promovessem manifestações durante cinco dias. O resultado foi a destruição de várias ruas da cidade, além de deixar 43 mortos e 7 mil pessoas detidas. Não se sabia o motivo exato do que ocorreu, mas duas teorias predominavam: 1) Grupos de camadas econômicas

mais baixas e com baixo grau de escolaridade causavam esses motins como forma de expressão; 2) Imigrantes, sobretudo descendentes de africanos do sul da cidade, causavam esses motins, pois enfrentavam dificuldades para serem assimilados na cultura do Norte (ROSEGRANT, 2011, s.p.).

O repórter Philip Meyer participou da cobertura dessas manifestações e sugeriu a aplicação de um questionário baseado em uma amostra representativa da população dos bairros afetados. O resultado mostrou que não havia correlação entre condição econômica e participação nos distúrbios e que os nativos da cidade eram três vezes mais propensos a participar de saques, agressões, homicídios e incêndios do que os imigrantes do Sul (TRASEL, 2014, p. 97). Anos depois, Meyer publicou o livro “Jornalismo de Precisão”, no qual defende a volta da objetividade às redações – naquele momento, o New Journalism possuía grande espaço nos veículos de comunicação – por meio dos números. O repórter, aliás, defende a cientificidade desse processo.

O novo jornalismo de precisão é um jornalismo científico. (...) Isso significa tratar o jornalismo como se ele fosse uma ciência, adotando método científico, objetividade científica e ideais científicos em todo o processo de comunicação de massa (MEYER, 1991, p. 18).

Há de se notar, portanto, que o que estava em jogo nesse cenário era uma disputa simbólica acerca dos modos legitimados do fazer jornalístico que opunha, de um lado, os entusiastas de um jornalismo de matriz literário e, de outro, os defensores de novos modos de legitimação e acreditação simbólica da informação, voltada aos números. Tal disputa envolvia tanto as técnicas de apuração e de escrita quanto os processos validados da prática profissional. Trata-se de uma disputa, portanto, dos termos a partir dos quais deveria ser articulada simbolicamente a noção de objetividade e de referencialidade na narrativa jornalística a partir da partilha da legitimidade de suas técnicas de apuração e de escrita.

Com o passar dos anos, a incorporação de dados numéricos em matérias jornalísticas ficou mais recorrente, de forma que a legitimação social dos números se tornou um elemento importante da articulação simbólica do ideal histórico de objetividade na produção das notícias. Posto que a própria noção de objetividade tem contornos historicamente marcados no jornalismo, uma vez que as fronteiras que determinam a sua definição mudam de tempos em tempos, a narrativa jornalística respaldada por números se tornou um importante articulador dos efeitos de sentido de referencialidade no relato. Sabe-se, contudo, que essa construção narrativa por meio de números, ainda mais aliada à infografia, passa por seleções e interpretações

do profissional. Com o auxílio de computadores, tanto o acesso e a análise de pesquisas quanto a produção de infográficos se tornou mais fácil e frequente nos veículos de comunicação e, como vimos anteriormente, há diversos aspectos que influenciam a produção discursiva dos enunciados que se utilizam desses recursos.

Apesar da defesa da objetividade desse tipo de fazer jornalístico, o próprio Meyer (2002, p. 19) cita que “os números são como fogo. Eles podem ser usados para o bem ou para o mal. Quando mensurados, eles podem criar ilusões de certeza e importância que nos tornam irracionais”. É essa tensão entre a objetividade e a subjetividade da construção discursiva que guia esta pesquisa.

Um dos recursos utilizados para a representação dos números, aliás, são os infográficos jornalísticos. Nesse ponto, é importante destacar que os termos “infográfico” e “jornalismo de dados” não são sinônimos ou processos indissociáveis, uma vez que nem todo infográfico é feito a partir de dados quantitativos e nem toda pesquisa de dados em jornalismo vai gerar um infográfico. Não obstante isso, o jornalismo de dados encontrou nos infográficos um de seus principais meios de expressão, com características composicionais (e, conseqüentemente, efeitos de sentido) bem demarcadas em relação a outras práticas noticiosas que também utilizam o jornalismo de dados – características essas que serão discutidas a seguir.

Infografia como discurso constituinte e a busca por legitimidade

A produção da infografia teve início muito antes da informatização das redações. Ela derivou, na verdade, do que Hodgson (1977 *apud* CAIRO, 2008, p. 50) denominou de “Pictorial Journalism”, ou seja, o uso de desenhos para acompanhar e ilustrar notícias. A finalidade não era a compreensão de informações, mas fazer com que a matéria parecesse visualmente mais impactante. Pode-se dizer que esse era um papel mais artístico do que jornalístico. Após essa origem das ilustrações nos veículos impressos, iniciou-se a produção de infográficos a partir do século XIX. Há certa dificuldade de precisar o primeiro publicado, em função da antiguidade desse recurso. De acordo com Teixeira (2010, p.16), o jornal *The Times* publicou, em 20 de abril de 1801, o esquema de uma batalha naval entre a frota inglesa e a dinamarquesa. Ele ainda estava longe dos modelos modernos de infografia, mas, a seu modo, narrou a estratégia que levou à vitória britânica. Contudo, a mesma pesquisadora afirma que, de acordo com Peltzer (1991) e Sancho (2001), o primeiro infográfico publicado pela grande imprensa é aquele intitulado *Mr. Blights House*, veiculado na primeira página do *The Times*, em 07 de abril de 1806, que teve a função de reconstituição de um fato. Ele explicava um assassinato “detalhando o passo-a-passo do

homicida quando estava dentro da casa, a trajetória da bala que matou Isaac Blight e o local onde o homem caiu morto” (TEIXEIRA, 2010, p.17).

O apogeu da infografia, contudo, ocorreu somente entre os anos 80 e 90 do século XX. A necessidade de tornar os jornais mais atraentes – em função da nova “cultura da imagem”, sobretudo com a popularização da televisão e a perda de leitores – fez com que novas alternativas fossem buscadas. A informatização das redações e o avanço dos recursos de impressão também contribuíram para o gradual aumento do uso de infografias. Um jornal que influenciou significativamente os rumos posteriores foi o USA Today, primeiro periódico de alcance nacional dos Estados Unidos, cuja circulação começou em 15 de setembro de 1982.

Outro fato importante foi a cobertura da Guerra do Golfo. Durante esse conflito, havia uma enorme censura de informações. Conseguir fotografias do conflito em si – da frente de batalha e não apenas da retaguarda – era um grande desafio para os jornais. Como explica Pablos (1999, p. 63-64), “naquela dinâmica de mostrar o desconhecido ou aquilo que necessita de uma explicação gráfico-textual, quando chegou a guerra, os jornais puderam mostrar iconograficamente os detalhes do que não podiam mostrar melhor com fotografias”. Com isso, a infografia se consolidou. Ela passou a ser encarada pelos jornalistas como um importante recurso para a produção de narrativas visuais. Com a guerra, as infografias ocuparam grandes e importantes espaços nos periódicos. Sobretudo após essa consolidação da infografia, as definições desse conceito foram debatidas por diversos pesquisadores e pelos próprios veículos de comunicação. Devido às diversas abordagens, é difícil encontrar um consenso.

Sancho (*apud* CAIRO, 2008, p. 21) afirma que se trata de um meio informativo, “elaborado no periódico escrito, criado com elementos icônicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos, ações ou coisas da atualidade ou alguns de seus aspectos mais significativos e acompanha ou substitui o texto informativo”. Já para Teixeira (2010, p. 18), trata-se, na verdade, da união entre imagem e texto. A autora afirma que “o infográfico é composto por elementos icônicos e tipográficos e pode ser constituído por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais, inclusive aqueles mais abstratos e não necessariamente icônicos”.

A infografia, assim como o jornalismo de dados, também é uma emergência histórica importante para a consolidação de um contorno específico do ideal imaginário de objetividade, que funciona a partir de certos processos imaginários de construção de efeitos de sentido. Tais efeitos ficam ainda mais evidentes quando há a combinação entre a infografia e o jornalismo de dados, tema de estudo do presente artigo.

Há, contudo, uma outra questão que precisa ser posta. Para além desses processos gerais de produção de um contorno historicamente marcado de um ideal

imaginário de objetividade para o relato jornalístico, há alguns processos de produção de sentido dos infográficos elaborados por meio do jornalismo de dados que precisam ser mais bem analisados. Eles dizem respeito ao fato de que, por detrás desse suposto “saber falar sobre” que os números prometem, há o engendramento de uma série de não ditos. Mais do que meros funcionamentos discursivos, tais silenciamentos são mobilizados narrativamente como forma de fazer os números falarem, de forma que eles engendram um mecanismo argumentativo calcado em uma dialética entre o explícito e o latente nas produções noticiosas. São essas as questões que serão discutidas nos próximos tópicos. Em um primeiro momento, iremos remeter a autores que conceitualizam a noção de não dito para, em seguida, analisar o seu funcionamento em casos específicos de infográficos feitos com base no jornalismo de dados.

Proposição metodológica: dito e não dito como ferramentas de análise

Em um discurso, há diversas formas de não dizer, como a noção de interdiscurso, de ideologia e de formação discursiva. Ao se afirmar algo no discurso, sempre permanecerá o não dito, que indicará algo para além do sentido imediato. Por exemplo, dizer que a pessoa está “sem sono” caracteriza que ela está “descansada”.

Orlandi (2012) coloca que no não dizer pode se dar o pressuposto e o subentendido, separando-os por aquilo que deriva da instância da linguagem (pressuposto) e o que se dá em contexto (subentendido). Ainda para a autora, o motivo de uma alegação – no caso deste trabalho, do uso de determinada configuração empregada ao infográfico em detrimento de outra – reside no campo do subentendido. Assim, no discurso o não dito pode ser trabalho pelo silêncio, que, por sua vez, pode representar a “respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, como iminência de sentido” (ORLANDI, 2012, p. 83). Outrossim, alguns veículos de comunicação parecem engendrar suas intenções no próprio discurso, mas por intermédio do que Ducrot (1972) chama de “o implícito do enunciado”. Para ele, esse procedimento faz menção a uma estratégia que visa a implicar uma determinada intenção não explícita no discurso. Como exemplo, o autor cita que “dizemos que o tempo está bom para entender que vamos sair; falamos do que vimos fora para saber que vamos sair” (1982, p.15). Verificamos aqui o não dito, que, mesmo sem voz, demarca uma intenção no discurso.

Nos infográficos, observamos essas intenções de apregoar certo posicionamento através do não dito. A título de exemplo, o infográfico que retrata a confiança

do consumidor em determinado período pode ter sido previamente escolhido em prol das intenções do veículo de comunicação. O período escolhido para a pesquisa dos dados ou mesmo a disposição dos elementos deste gráfico irão demarcar um posicionamento que habita justamente no não dito.

Outras características inerentes ao não dizer fazem menção aos enunciados colocados no discurso. Alguns destes enunciados podem parecer simples, mas compreendem diversos significados em seu bojo. Ducrot (1972, p. 73) os denomina como “exponíveis”, pois “é necessário expô-lo, isso é, fazer aparecer as proposições escondidas que, do ponto de vista do sentido, o constituem, se quisermos compreender-lhe a significação e determinar os raciocínios nos quais possa entrar”. Alguns desses enunciados podem ser exclusivos, exceptivos e comparativos. O enunciado exclusivo na frase “Tom é o único homem capaz” mostra que, em uma segunda análise, somente Tom é capaz. O enunciado exceptivo parte da exceção: “Todos partiram, menos Luiz”; em uma análise mais aprofundada, entende-se que Luiz não partiu. Já o enunciado comparativo faz menção à comparação: “Ricardo é o mais alto da turma”; na segunda análise, Ricardo é alto ou a turma é menor que Ricardo.

Trazendo os enunciados “exponíveis” aos nossos objetos, podemos relacionar o enunciado exclusivo a um infográfico que mostre um determinado partido sofrendo denúncias de corrupção; no não dito, somente este partido mostrado é corrupto; o(s) outro(s) não faria(m) parte da corrupção. No enunciado exceptivo, relacionamos infográficos que (re)tratam uma pesquisa sobre a integridade dos políticos; a análise do não dito mostraria que o político mais citado seria o mais íntegro e que os demais seriam dotados de uma menor integridade. O enunciado comparativo, por sua vez, poderia ser disposto em um infográfico que exponha as intenções de voto para determinada eleição; o candidato que aparecesse em primeiro lugar seria o que absorve mais confiança da população, por meio do não dito do infográfico. Portanto, tais enunciados elucubram sentidos distintos de maneira episódica – que só farão sentido através da memória autobiográfica do receptor –, interpostos em estratégias discursivas empregadas nos próprios infográficos.

A análise tradicional dos exponíveis acaba por colocar em evidência grande número de elementos semânticos escondidos, que seríamos tentados a chamar de pressupostos (...). Esses elementos, por outro lado, ela os considera como partes integrantes do sentido. Mas não chega, salvo de maneira episódica, a dar-lhes constituintes semânticos do enunciado (DUCROT, 1972, p. 75).

Outro ponto a ser considerado é o silêncio. Originado a partir do ato de não dizer, ele que trará sentidos ao discurso sem voz. No discurso, o não dito pode ser trabalho pelo silêncio, que pode representar a “respiração da significação, lugar de

reco necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, como iminência de sentido” (ORLANDI, 2012, p. 83). Dentre as divisões de silêncio trazidas por Orlandi (2012, p. 83), o silêncio fundador será o responsável por “fazer com que o dizer signifique”. Essa definição aponta para uma ligação direta entre o conteúdo apresentado pelos infográficos e a memória discursiva do receptor do discurso. Hodiernamente, por ter entrado em pauta por conta dos recentes episódios trazidos à tona pela mídia, o termo “corrupção” faz parte do conteúdo midiático. Logo, é o “silêncio fundador” que será responsável por conferir o sentido em um infográfico que mostre algum dado referente a algum processo de corrupção. Não é explícito, faz parte do não dito, mas confere o sentido necessário para que aquele discurso encontre significado. Outro tipo de silêncio entendido por Orlandi é o “silêncio constitutivo”. Ele é o responsável por fazer com que uma palavra apague outras palavras. Voltando ao exemplo do infográfico que apresente algum dado sobre corrupção, ao trazer um determinado caso que esteja sendo investigado justamente pela suspeita de corrupção, o veículo de comunicação, por meio do não dito, apaga qualquer benfeitoria que pode(ria) ter sido organizada pelo acusado.

Iso posto, podemos analisar, a partir de agora, como tais conceitos são mobilizados na produção de alguns infográficos elaborados a partir do jornalismo de dados. Conforme já colocamos anteriormente, o objetivo deste trabalho é analisar a organização de infográficos que são produzidos a partir de dados estatísticos. Para isso, inicialmente, verificamos a hierarquia temática proposta pela matéria (ou seja, aquilo que é tratado como assunto mais importante) para compreender a que é dado maior destaque. No que tange ao estudo dos infográficos, consideramos as seguintes articulações discursivas:

- Analisar a relação entre texto e imagem na construção das narrativas, buscando compreender a articulação entre eles;
- Observar a articulação entre diferentes elementos e formatos utilizados na composição, ou seja, tabelas, mapas e outros subsídios gráficos que influenciam a produção de sentido;
- Verificar os efeitos de sentido mobilizados a partir da inserção de dados estatísticos em infográficos, observando como se dá a construção de diferentes narrativas capazes de serem tomadas a partir destes. Por exemplo, observando como a combinação de diferentes dados influencia a interpretação do leitor, sendo que esta percepção objetiva criada pelos dados, muitas vezes, pode ser ilusória.

Como *corpus* de análise para este artigo, trazemos dois estudos de caso: o primeiro, que considera dados estatísticos de cunho social (“Para 65%, mulher com roupa que mostra corpo merece ser atacada”, divulgada pelo jornal O Globo); e outro de cunho político-econômico (“Na contramão de emergentes, poder de compra no Brasil regride”, publicado pela Folha de S. Paulo, e que utiliza uma fusão de dados

do Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial, The Wall Street Journal e The Heritage Foundation). Tais infográficos foram escolhidos porque ambos foram publicados em jornais de grande circulação que fazem uso constantemente desse recurso discursivo em suas reportagens. Eles foram sorteados entre os infográficos publicados no ano de 2014 e 2015 nos jornais citados. No sorteio, foram excluídos infográficos que tivessem o mesmo tipo de composição imagética, privilegiando-se tipos de gráficos diferentes, para efeitos de comparação dos efeitos de sentido. Com isso, estudamos a construção discursiva de dados que tratam diferentes aspectos.

Análise: as relações entre o explícito e o implícito nos infográficos

Em 27 de março de 2014, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) divulgou os dados do Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS), pesquisa domiciliar e presencial para levantamento de indicadores que avaliem o parecer da sociedade. No estudo de 2014, realizado em 3.809 domicílios e em 212 municípios, a metodologia aplicada compreendia 25 afirmações sobre as quais os entrevistados deveriam responder: concordo totalmente, concordo parcialmente, neutro, discordo parcialmente ou discordo totalmente. As questões tratavam de tolerância e preconceito relacionados à violência doméstica, contra a mulher, homossexualidade, dentre outros.

O resultado mais destacado pela mídia referia-se à afirmação “mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”. Inicialmente, divulgou-se que 65,1% dos entrevistados concordaram total ou parcialmente, o que gerou ampla comoção e campanhas de conscientização. Posteriormente, o Ipea admitiu que houve má interpretação do resultado, ocasionando um erro nessa somatória. Para a análise deste objeto, consideramos o infográfico abaixo, amplamente divulgado pelos veículos de comunicação, a respeito dos principais resultados da pesquisa em questão:

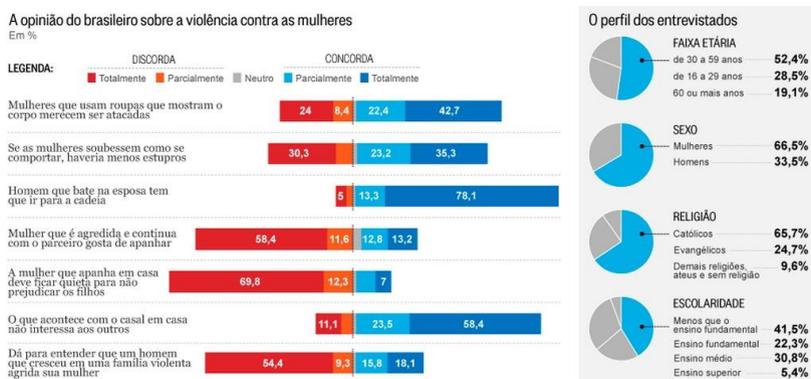


Figura 1 – Infográfico “A opinião do brasileiro sobre a violência contra as mulheres”

Fonte: *Jornal O Globo*, versão online, s.p.

Em relação à temática e ao uso dos dados, inicialmente, podemos destacar o Ipea como um legitimador das informações em função de sua credibilidade. Os dados divulgados pelo instituto costumam ser mais aceitos socialmente por essa razão.

Contudo, até que chegue ao público do meio de comunicação, a formação discursiva passa por etapas que influenciam seu sentido. É preciso levar em consideração alguns aspectos que influenciam os dados, como a forma de elaboração das perguntas. Na questão que gerou maior polêmica, por exemplo, utiliza-se o termo “atacada”, a partir da qual podem existir inúmeras interpretações. O entrevistado pode entender, por exemplo, que se trata de um ataque verbal. Outros são suscetíveis a interpretar que elas dão motivo para serem violentadas fisicamente. Essa distorção já seria algo capaz de influenciar a resposta. Ou seja, tal situação já evidencia um não dito por trás das respostas dos entrevistados. Não se sabe o tipo de interpretação que tiveram no momento. Esse tipo de situação ocorre em qualquer enunciado (ou, no caso da pesquisa, qualquer pergunta), uma vez que todo discurso está exposto ao que Pêcheux (2008, p. 53) chama de “equivoco da língua”, como destacamos anteriormente. A construção do discurso jornalístico, portanto, inicia-se já na produção da pesquisa. Ou seja, em qualquer discurso, é impossível desconsiderar a presença dos enunciadores e sua influência na produção de sentido. Mesmo que se tratem de pesquisas de opinião que resultem em números – elementos tão utilizados quando se quer demonstrar precisão e objetividade –, há toda uma construção discursiva que os permeia. Soma-se a isso a intimidação que uma resposta nesse sentido pode causar. Para não serem socialmente excluídos, alguns entrevistados tendem a responder aquilo que é mais aceito. Mesmo que eventualmente concorde com a afirmação em questão, a pessoa pode se sentir impelida a dizer o contrário para que os demais – ainda que seja apenas o entrevistador – não julguem seu caráter negativamente.

Já em relação a possíveis interpretações da leitura do infográfico, salientamos alguns aspectos em relação à disposição dos números imagens. Nota-se que os números da discordância estão posicionados à esquerda e em tons de vermelho, enquanto os que demonstram concordância se encontram à direita e em azul. Essa é uma maneira de facilitar a visualização. Tanto a cor quanto a composição são costumemente utilizadas dessa maneira (esquerda e vermelho para algo negativo; direita e azul para positivo) em elementos gráficos, não apenas em infográficos jornalísticos. Essa já é uma forma de produção de sentido visual encontrada no objeto estudado.

Mas ainda destacamos outro detalhe: para facilitar a visualização dos dados, utiliza-se uma linha pontilhada no centro. Contudo, é possível notar que as respostas classificadas como “neutras” estão unidas àquelas que mostram concordância. Imagina-se, inicialmente, que elas deveriam estar graficamente representadas de outra maneira – por exemplo, dividida entre os dois lados –, uma vez que pode fazer diferença para a leitura daqueles que observam apenas o infográfico superficialmente. Também em relação a esse aspecto, podemos analisar a hierarquização dos dados. Ou seja, o fato de uma estatística receber mais destaque – por exemplo, estar na manchete ou nas primeiras posições do infográfico – é capaz de induzir a percepção do leitor a uma tendência de percebê-la como a mais relevante.

Essa importância é uma escolha do enunciador que fica subentendida. Ela também está presente na escolha dos dados que irão compor o infográfico, uma vez que apenas uma minoria das estatísticas colhidas foi divulgada pelos veículos de comunicação. Na mesma pesquisa, por exemplo, 91% concordaram, total ou parcialmente, que “homem que bate na esposa tem que ir para a cadeia”, além de outros 78% que concordaram totalmente com a prisão para maridos que batem em suas esposas. Outros 89% tenderam a discordar da afirmação “um homem pode xingar e gritar com sua própria mulher”. Ou seja, esses números que estão mais ocultos são contraditórios à afirmação de destaque. Assim como o dado que recebeu destaque, estes também representam maioria absoluta dos entrevistados. Se eles é que estivessem nas manchetes, seria possível que o erro do Ipea passasse até mesmo despercebido.

Em resumo, é possível afirmar que o infográfico analisado engendra uma série de silenciamentos do discurso que servem como gatilho para a argumentação proposta. Os elementos explícitos do discurso (como a utilização da cor, dos pontilhados, da disposição dos dados ou de termos específicos como “atacada”) estão articulados, nessa produção, a uma série de implícitos e podem ser articulados ao silêncio fundador, uma vez que os dados apelam à memória discursiva do leitor – elemento central para que o significado do infográfico possa ser interpretado. Também é possível notar o engendramento de silêncios constitutivos (como a ausência de informação sobre as condições de produção e do contexto da coleta de dados da

pesquisa) que também estão articulados ao silêncio fundador, uma vez que deixam a cargo do leitor o preenchimento da informação ausente. Tais preenchimentos, contudo, não são aleatórios: eles estão sugeridos ao leitor a partir dos próprios enunciados exponíveis que estão explícitos no infográfico, de forma que eles colaboram para o direcionamento da informação para uma determinada interpretação e argumentação proposta pelo jornal.

A partir da análise, portanto, é possível perceber que o infográfico diz muito mais do que as informações que estão postas de maneira explícita em sua composição. Ao sugerir correlações de sentidos que não estão expostas explicitamente, a partir dos mecanismos descritos, o infográfico informa aspectos outros além daqueles que podem ser explicitamente visualizados nos enunciados imagéticos. Dessa forma, seu sentido deriva não apenas do que está posto, mas sim daquilo que emerge a partir do confronto entre o dito e o não dito de sua composição.

Também em relação a esses aspectos, trazemos a análise de uma matéria da Folha de S. Paulo, em 4 de maio de 2015. Com o título “Na contramão de emergentes, poder de compra no Brasil regride”, o texto da Folha de S. Paulo aponta que “o Brasil voltou a ficar estagnado na sua trajetória rumo ao desenvolvimento econômico”. Para chegar a essa conclusão, a reportagem utiliza como base a comparação do poder aquisitivo do brasileiro com a renda norte-americana, que, segundo a própria matéria, é um índice utilizado como referência para comparações globais.

Considerar os Estados Unidos como base já é uma maneira de produzir sentido por trazer este como padrão ideal a ser almejado pelos demais países. O infográfico também representa essa situação ao criar uma arte em que os EUA estão no topo e utilizar uma arte diferente (linha pontilhada) entre este e os demais. Também como aspecto oculto, observamos que se trata de uma seleção de dados que almeja abordar o desenvolvimento econômico brasileiro. Outra matéria poderia, por exemplo, trazer índices a respeito da diminuição da desigualdade social no país nos últimos anos e afirmar que se trata de desenvolvimento econômico e social. A primeira traz uma percepção negativa para o leitor, enquanto a segunda causa o efeito contrário.

Outro ponto comparativo abordado relaciona-se a diferentes momentos históricos. Tanto a linha do tempo quanto o discurso da matéria trazem esse aspecto. Ao destacar, por exemplo, que, “em 2011, [o poder aquisitivo do brasileiro] chegou ao patamar de 30% pela primeira vez desde o fim da década de 1980”, consideram-se épocas amplamente distintas. Nesta, o Brasil ainda vivia o Regime Militar. Durante o período, além das restrições quanto aos direitos dos cidadãos, houve inúmeros problemas econômicos, como os altos índices de inflação, desemprego, desigualdade social, dentre outros. Podemos perceber esse mesmo não dito no infográfico ao comparar números de distintos momentos históricos e também em diferentes

países. Essa linha trazida pelo infográfico parece ocultar as realidades de cada um deles.

Logo, interpretamos que as representações desenhadas pelo jornal revelam um efeito de sentido que, quando analisado à segunda vista, manifesta um discurso que demarca uma linha narrativa construída pelo veículo.

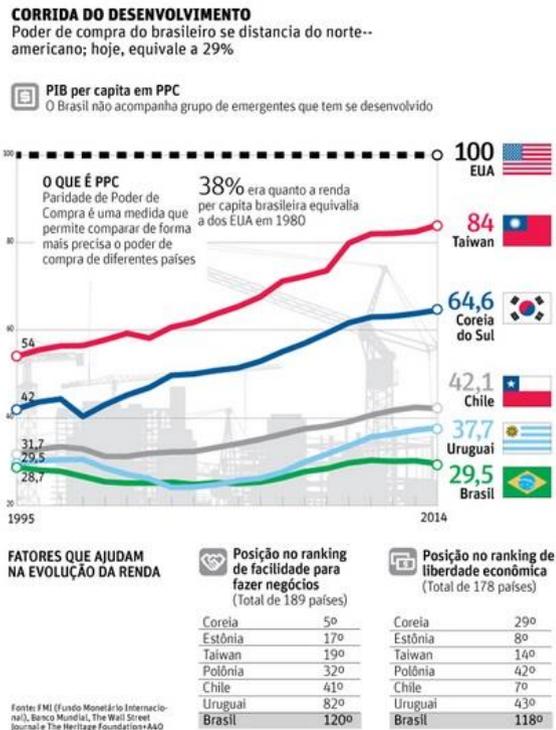


Figura 2 – Infográfico “Corrida do desenvolvimento”.

Fonte: *Folha de S. Paulo*, versão online, s.p.

Também nesse segundo infográfico, portanto, é possível perceber que os elementos explicitamente expostos na composição se combinam aos implícitos do discurso como um mecanismo de produção de sentido em direção a um campo argumentativo preciso. O não dito, nesse caso, articula-se principalmente a partir do silêncio constitutivo, uma vez que a disposição dos elementos gráficos oculta certas correlações de sentido que poderiam ser feitas pelo leitor, dificultando certos entrecruzamentos de dados que poderiam sugerir sentidos outros para os mesmos números expostos. Além disso, o silêncio constitutivo também se mostra na comparação de dados díspares, em um exercício de anacronismo que compara coisas de ordens diferentes. Assim como no infográfico anterior, os elementos gráficos utilizados (com destaque especial para as cores) também apelam à memória discursiva do

leitor em um engendramento do silêncio fundador. Aqui também, portanto, os dados exponíveis relacionam os ditos e os não ditos do discurso, de forma que a argumentação e o sentido propostos pelo infográfico emergem do confronto entre essas duas instâncias.

Considerações finais

Embora o jornalismo de dados tenha surgido com a promessa de manter a objetividade jornalística, embasando uma informação com números, é possível dizer que ele se articula como um de seus discursos constituintes, na medida em que insere uma perspectiva particular no relato revestida da autoridade da fala de um outro que está legitimado em um suposto discurso científico. Mais do que isso, tais produções revelam modos historicamente marcados da forma como a objetividade jornalística foi exposta e reinterpretada ao longo do tempo em termos imaginários. Os enunciados dos infográficos, portanto, guardam em si vozes que não são claramente expostas à primeira vista, ou à primeira interpretação do leitor; todavia, partindo para uma segunda análise, essas vozes revelam os elementos “exponíveis”, que podem mostrar determinadas intenções do enunciado. Portanto, na produção jornalística, como vimos, os “ditos” e “não ditos” encontram-se presentes desde a hierarquização dos dados (aqueles que estão em maior destaque costumam receber maior atenção do público) até a composição imagética. Todas essas escolhas são importantes para a produção de sentido, afetando a percepção geral do público sobre o tema abordado.

A construção dos sentidos nas produções de infográficos, portanto, é mais complexa do que pode parecer à primeira vista, de forma que os seus sentidos e a estruturação de seus direcionamentos argumentativos não estão presentes apenas nos dados que se encontram de maneira explícita nos enunciados. Eles são, sim, resultado do confronto entre os elementos que estão explícitos na composição e aqueles que estão apenas subentendidos e são remetidos a partir de uma série de mecanismos linguísticos, como o silêncio constitutivo, o silêncio fundador e a relação dos dados exponíveis com os demais elementos que estão apenas sugeridos na composição. Em termos mais precisos, podemos dizer que o sentido, nos infográficos compostos a partir do jornalismo de dados, nasce da dialética tanto entre um dado que é apresentado no nível explícito e remete a um não dito quanto aquele que é urdido como não dito e remete a um dado explícito da enunciação.

Referências

- BARTHES, R. **O rumor da língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BRADSHAW, P. The Inverted Pyramid of Data Journalism. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>>, 2011.
- CAIRO, A. **Infografía 2.0**. Madrid: Alamut, 2008.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. **A escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- DUCROT, O. **Princípios de semântica linguística**. São Paulo: Cultrix, 1972.
- KANNO, M.; BRANDÃO, R. **Manual de infografia**. São Paulo, 1998.
- MEYER, P. **Precision journalism**. Oxford: Rowman and Littlefield, 1991.
- MORAES, A. **Infografia: o design da notícia**. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes, Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro, 2008.
- MOURA, M. B. **Os nós da teia**. São Paulo: Annablume, 2006.
- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**. Campinas: Pontes, 2012.
- _____. **As formas do silêncio**. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.
- PABLOS, J. **Infoperiodismo**. Madrid: Síntesis, 1999.
- PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 2008.
- RANIERI, P. A infografia digital animada como recurso para transmissão da informação em sites de notícia. **PRISMA.COM**, n. 7, 2008.
- ROSEGRANT, S. **Revealing the roots of a riot**. ISR Sampler: Ann Arbor, 2011.
- TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2010.
- _____.; PASQUAL, L. A história da infografia no Brasil. IN: 9º. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. Rio de Janeiro. **Anais...**, 2011.
- VALERO SANCHO, J. **La Infografia**. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2000.
- WHITE, H. **Meta-História**. São Paulo: Edusp, 2008.

Recebido: 20/04/16

Aprovado: 17/05/16

Received: 20/04/16

Approved: 17/05/16