

# Visualidade no jornalismo de dados: uma análise da reportagem *Abortion Mazes*, do *The Pudding*

Visualidad en el periodismo de datos: un análisis del reportaje *Abortion Mazes*, de *The Pudding*

Visuality in data journalism: an analysis of the *Abortion Mazes* report, by *The Pudding*



Patrícia Regina Schuster<sup>1</sup>

Amanda Mallmann Müller<sup>2</sup>

Camila Hartmann<sup>3</sup>

**Resumo:** O artigo objetiva analisar como a visualização de dados é empregada na reportagem *Abortion Mazes*, do jornal digital *The Pudding*, identificando as estratégias mobilizadas para vincular informação e atração visual. A pesquisa é baseada em estudo de caso de Gil (2002) e análise de conteúdo de Bardin (1977). Resultados obtidos revelam que o material mobiliza uma combinação de metáforas visuais, infografias, interatividade e *storytelling* para estruturar e comunicar, de modo claro e envolvente, dados sobre o acesso ao aborto nos Estados Unidos.

**Palavras-chave:** Jornalismo de Dados. Visualidade. Infografia. *The Pudding*.

<sup>1</sup> Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)- Santa Cruz do Sul- Rio Grande do Sul- Brasil.

<sup>2</sup> Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)- Santa Cruz do Sul- Rio Grande do Sul- Brasil.

<sup>3</sup> Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)- Santa Cruz do Sul- Rio Grande do Sul- Brasil.

**Resumen:** El artículo tiene por objetivo analizar cómo se utiliza la visualización de datos en el reportaje Abortion Mazes, del periódico digital The Pudding, identificando las estrategias movilizadas para articular la información y el atractivo visual. La investigación se basa en un estudio de caso de Gil (2002) y análisis de contenido de Bardin (1977). Los resultados obtenidos revelan que el material moviliza una combinación de metáforas visuales, infografías, interactividad y storyteeling para estructurar y comunicar, de manera clara y atractiva, datos sobre el acceso al aborto en Estados Unidos.

**Palabras clave:** Periodismo de Datos. Visualidad. Infografía. The Pudding.

**Abstract:** This article aims to analyze how data visualization is employed in Abortion Mazes report, published by the digital newspaper The Pudding, identifying the strategies mobilized to articulate information and visual appeal. The research is based on a case study by Gil (2002) and Bardin's (1977) content analysis. The results reveal that the material employs a combination of visual metaphors, infographics, interactivity and storytelling to structure and communicate, in a clear and engaging way, data about access to abortion in the United States.

**Key-words:** Data Journalism. Visuality. Infographics. The Pudding.

## Introdução

Desde meados do século XX vivemos a era da informação, caracterizada por transformações profundas nos meios comunicacionais — não apenas na produção e distribuição de conteúdo, mas igualmente na forma como ele é consumido. A evolução da internet, o imediatismo das redes sociais e a exigência de atualização contínua, aliados ao contato frequente com estímulos curtos e muitas vezes orientados por *clickbait*s, reduzem o tempo e a disposição da audiência para materiais que demandam leitura atenta e reflexão crítica.

O jornalismo, por sua vez, sofre impactos relevantes nesse cenário de consumo acelerado. Entre as categorias mais afetadas está o jornalismo de dados, tema central desta investigação. Impõe-se, portanto, a necessidade de adaptar formatos e linguagens: transformar conteúdos baseados em dados, frequentemente percebidos como densos e complexos, em materiais mais acessíveis e atraentes, sem, contudo, sacrificar o rigor informativo.

Inserido nesse contexto está o jornal digital *The Pudding*. O objeto empírico foi fundado em 2017 e reúne, segundo registros do próprio veículo, mais de 30 premiações que contemplam as terminologias - jornalismo de dados, visualidade e infografia - abordadas ao longo deste artigo (*The Pudding*, 2026). Conhecido pela publicação de ensaios visuais, o site propõe narrativas onde a visualidade deixa de ser mero suporte ao texto e passa a estruturar a reportagem.

Para operacionalizar a pesquisa, foi realizado um levantamento de todas as publicações do *The Pudding* desde a sua criação, com um recorte temático sobre o aborto. A partir dessa análise, foram identificados dois produtos e adotou-se a técnica de estudo de caso de Gil (2002) para investigar especificamente a reportagem *Abortion Mazes*<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://pudding.cool/2024/10/abortion-mazes/>>. Acesso em: 15 fev. 2026.

(setembro de 2024), escolhida por ser um exemplar *sui generis* quanto à articulação entre jornalismo de dados, visualidade e infografia.

O presente material, portanto, objetiva analisar de que maneira a visualização de dados é empregada em *Abortion Mazes* e quais estratégias são mobilizadas para vincular informação e atração visual. Para tal, lançamos mão de uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, apoiada em pesquisa bibliográfica.

Inicialmente, apresenta-se um levantamento documental que conceitua os termos centrais do estudo. Em seguida, com base na análise de conteúdo proposta por Bardin (1977), procede-se à observação dos elementos visuais da reportagem, examinando sua organização e a forma como apresentam os dados ao leitor. Por fim, visando ampliar as contribuições teóricas sobre a temática, busca-se identificar e discutir escolhas que favoreçam um jornalismo de dados em que a visualidade assume papel central na apresentação do conteúdo informacional.

## **O Estado da Arte sobre jornalismo de dados, visualidade e infografia**

O jornalismo de dados é um conceito que perpassa a simples definição de um jornalismo feito com dados (Bradshaw, 2014). Pilhofer (2014) o caracteriza como um amplo conjunto de ferramentas, técnicas e abordagens para contar histórias. Conforme o autor, o jornalismo de dados mantém o objetivo jornalístico de fornecer informação e análise ao leitor, sendo responsável por facilitar a comunicação e traduzir materiais abstratos, promovendo a compreensão de todos os públicos (Lorenz, 2014). Cabe ressaltar que, segundo Bradshaw (2014), os dados utilizados durante a construção de uma notícia podem ocupar três posições: a de fonte, de ferramenta ou ambas, viabilizando uma gama de possibilidades ao jornalista.

Para criar uma narrativa cativante a partir de dados, Lorenz (2014, p. 10) pondera ser necessário “juntar informações, filtrar e visualizar o que está acontecendo além do que os olhos podem ver [...]”. E para expor o conteúdo apurado, muitos jornalistas optam por construir reportagens através de infográficos (Bradshaw, 2014) e outros recursos visuais, os quais serão discutidos adiante neste artigo. Porém, como reitera Lorenz (2014),

trabalhar com dados brutos e moldá-los da forma correta dentro do segmento da visualização, é uma tarefa árdua e custosa.

Nesse âmbito, faz-se pertinente trazer a noção de visualidade. De acordo com a *Oxford Languages* (2000, s.p.), maior editora mundial de dicionários, o substantivo feminino significa, inicialmente, a “qualidade ou estado de ser visual ou visível; visibilidade”, sendo ainda, definido como “imagem mental ou pictórica; visualização”.

Conforme Oliveira (2005), a visualidade possibilita ao indivíduo compreender tanto o que é familiar quanto o que ainda lhe é desconhecido, constituindo-se como um elemento fundamental para a compreensão da realidade. Dessa forma, ela atua como mediadora entre o sujeito e o ambiente, permitindo não apenas ver, mas interpretar e atribuir sentido ao que é visto. Todavia, a visualidade também se mostra dinâmica e acirrada: “[...] a visualidade vive numa batalha perpétua, na qual cada objeto visual disputa com os demais a possibilidade de ser apreendido pelo olhar do destinatário e orientar a sua visão para nele adentrar” (Oliveira, 2005, p. 109).

Sendo assim, a percepção do observador é constantemente direcionada e influenciada por múltiplos estímulos, contextos e intencionalidades. Tal aspecto estende-se ao jornalismo de dados, que, como mencionado anteriormente, também usufrui de recursos visuais (Bradshaw, 2014) para apresentar o produto informacional. Nessa conjuntura, existe um termo específico que descreve a fusão entre a visualidade e os números: “a visualização de dados consiste na representação gráfica de informações e dados. Usando elementos visuais, como diagramas, gráficos e mapas, [...] é uma forma acessível de ver e entender exceções, tendências e padrões nos dados” (Tableau, entre 2006 e 2025, s.p.).

Sob essa perspectiva, a visualização de dados ultrapassa o campo da técnica e insere-se como uma prática cultural intrinsecamente ligada aos avanços tecnológicos, como sustenta Manovich (2004, p. 149 apud Rodrigues, 2009, p. 39):

A visualização dinâmica de dados é uma das formas culturais genuinamente novas que se tornaram possíveis graças à computação. [...] Com os computadores podemos visualizar conjuntos de dados muito mais amplos, criar visualizações dinâmicas, alimentar dados em

tempo real, basear as representações gráficas de dados em sua análise matemática, usando vários métodos, da estatística clássica à prospecção de dados, mapear um tipo de representação em outro (imagens em sons, sons em espaços tridimensionais, etc.).

Vale ressaltar que, para Cairo (2019), a definição de como representar visualmente os dados não deve ser feita de modo aleatório ou apenas por gosto pessoal, ela precisa estar alinhada ao objetivo da visualização e às informações que se deseja transmitir ao leitor. Outrossim, o autor destaca a importância do design e da estética no processo de visualização de dados, sobretudo quando o material se destina à veiculação e ao acesso integral pelo público.

Rodrigues (2012) reconhece a relevância estética, mas adverte para a necessidade do uso consciente e intencional dos recursos visuais, visto que os mesmos não apenas embelezam a informação, mas sim, constituem estratégias de mediação fundamentais para tornar compreensíveis fenômenos complexos:

[...] é preciso, deste modo, refletir sobre as funcionalidades da estética numa visualização de dados, para que não caiamos em mais uma visualização por visualizar, sem propósito algum e que os elementos gráficos e estéticos exerçam a função de construir um ambiente dinâmico que encaminhe o leitor não apenas para o estético, mas para a informação esteticamente válida em termos de compreensão aproveitando-se dos mecanismos de memória, bases de dados e dos recursos da infografia (Rodrigues, 2012, s.p.).

O conceito de infografia refere-se ao “[...] recurso gráfico que se utiliza de elementos visuais para explicar algum assunto ao leitor. Esses elementos visuais podem ser tipográficos, gráficos, mapas, ilustrações ou fotos” (Kanno; Brandão, 1998, p. 2). As infografias estão presentes em diversas reportagens jornalísticas, especialmente nas que se ancoram no jornalismo de dados (Bradshaw, 2014).

Nessas produções, Kanno (2013) enfatiza que os recursos iconográficos (fotos, infográficos e ilustrações) são responsáveis não somente por complementar o conteúdo apresentado, mas por transmitir as informações fundamentais da notícia. Por conseguinte, o autor reforça que o jornalismo, antes centrado em textos rebuscados e obscuros, vem

dando lugar a uma era pautada na ampla utilização de infografias, que garantem a adequada compreensão das informações pelo público.

“É acrescentando informação visual e criando uma alternativa à narrativa convencional [...] que a infografia está avançando, colaborando para um jornalismo ‘mais visual’ para atender aos consumidores de informação” (Kanno, 2013, p. 12, grifo do autor). Isto posto, compreende-se que os elementos visuais possibilitam traduzir questões que recursos textuais e fotográficos não alcançam com a mesma eficácia (Kanno, 2013). Corroborando assim com a perspectiva de Rodrigues (2012), para quem a visualidade atua como instrumento de mediação e interpretação, além do aspecto estético.

No entanto, ele permanece sendo um item relevante quando nos referimos à construção da narrativa noticiosa. Para os autores Kanno e Brandão (1998), a função primordial da infografia é garantir que o leitor compreenda a pauta em sua totalidade. Em segunda instância, o objetivo é a beleza, focando na atratividade visual do conteúdo.

É nesse momento que se apresenta um conceito elaborado na primeira década dos anos 2000: a infoestética. O mesmo, embora não seja recente, tem sua apropriação relativamente restrita dentro do campo da comunicação, notadamente quando comparado a outras abordagens voltadas à visualidade e à produção de sentidos. Apesar disso, oferece contribuições relevantes para a compreensão de aspectos centrais da análise proposta neste artigo.

“Os dados abstratos ganham cada vez mais ‘visibilidade’ e novas funções como notícia visual, apresentável, ou seja, narrativas potencialmente mais originais, interativas e até mais, ocasionando [...] a emergência da infoestética” (Rodrigues, 2012, s.p., grifo do autor). O termo desenvolvido por Lev Manovich (2012) busca entender a beleza que compõe a informação, levando em consideração a maneira como o corpo social transforma qualquer contexto em uma representação visual.

“A infoestética pode se referir à experiência de se viver numa sociedade da informação através do seu design, textura, composição, estrutura, construção, sensibilidade e outras dimensões artísticas” (Manovich, 2012, p. 4). O autor propõe-se a examinar as tendências estéticas e as estratégias criativas que orientam a produção de distintos materiais, incluindo aqueles fundamentados em dados. Dessa forma, constitui-

se como uma referência para o presente estudo ao articular jornalismo de dados, visualidade e infografia sob uma mesma perspectiva teórica.

### **Jornalismo de dados como parte da narrativa visual**

O delineamento metodológico adotado neste artigo parte do entendimento de que “[...] as redações passam a demandar produções cada vez mais conectadas, tecnológicas e multimídia, com o uso de recursos que informam” (Queiroz, 2023, p. 14). Essa observação evidencia as transformações que caracterizam o jornalismo contemporâneo, especialmente no campo do jornalismo de dados, no qual a visualidade e a infografia vêm assumindo, de forma crescente, um papel central na construção das narrativas informacionais.

Nesse contexto, esta investigação busca compreender, por meio do estudo de caso de Gil (2002), de que maneira esses recursos são empregados estrategicamente na reportagem *Abortion Mazes*, publicada pelo jornal digital *The Pudding*, em 2024. Para tal, a metodologia deste artigo é conduzida sob caráter descritivo e exploratório, visando interpretar os significados emergentes no material selecionado e mapear um campo ainda em formação no meio comunicacional. Dessa forma, o estudo ainda adota uma abordagem qualitativa e apoia-se em pesquisa bibliográfica para conceituar os tópicos norteadores da discussão.

Em termos analíticos, optou-se pela análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). A partir desse método realizou-se a codificação do *corpus* com base nas seguintes categorias: ilustração estática, labirinto explorável e ícone clicável. Os resultados são interpretados à luz dos objetivos previamente apresentados, com o propósito de examinar como os elementos visuais presentes na *Abortion Mazes* são organizados e de que modo apresentam os dados ao leitor.

### **Labirintos, dados e interatividade**

A reportagem *Abortion Mazes*, traduzida como “Labirintos do Aborto”, constitui o *corpus* analisado neste estudo. Produzida em 2024 pelo jornal digital *The Pudding*, a narrativa emprega a metáfora visual do labirinto para representar a complexidade do acesso ao

aborto em cada estado dos Estados Unidos. O material transforma dados em estruturas interativas, usando o preceito de que quanto mais restritivas forem as leis estaduais, mais intrincado será o labirinto correspondente (Fig 1.).

**Figura 1:** Labirinto



Fonte: Site *The Pudding* (2026).

A equipe editorial explica:

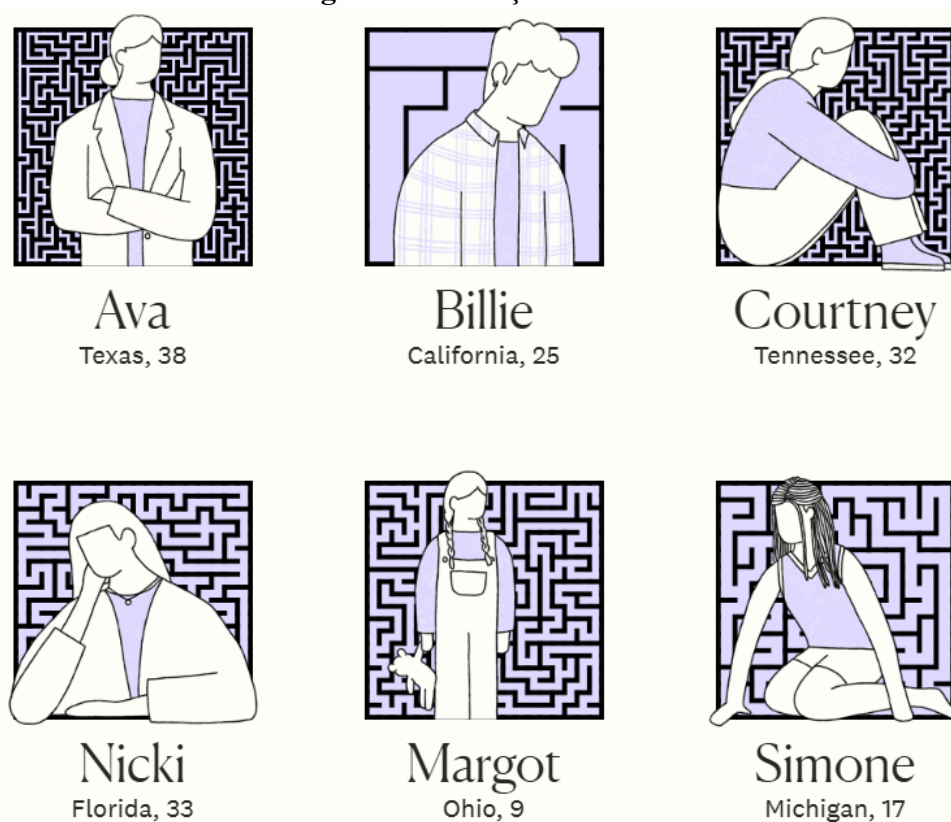
Para calcular a complexidade do labirinto de cada estado, foram coletados, normalizados, ponderados e combinados 28 pontos de dados estaduais do Instituto Guttmacher, resultando em uma pontuação de complexidade. As proibições ao aborto receberam peso 10, enquanto as exceções e medidas constitucionais receberam peso 5. Outras políticas e leis que visam limitar o acesso ao aborto receberam peso 2. Outras políticas de saúde reprodutiva, como educação sexual e acesso a contraceptivos, receberam peso 1 (The Pudding, 2024, s.p.)

A partir dessa métrica, cada labirinto é construído por meio de um algoritmo de busca em profundidade, resultando em 51 representações — uma para cada estado americano e uma para o Distrito de Colúmbia. Além disso, seis desses recursos gráficos incorporam, através da técnica do *storytelling*, histórias sobre experiências com o aborto.

Do ponto de vista metodológico, o *corpus* foi codificado a partir de três categorias previamente definidas: ilustrações estáticas, labirintos exploráveis e ícones clicáveis. A escolha das mesmas foi orientada por uma leitura exploratória do material, que permitiu identificar os recursos recorrentes e significativos para a construção da narrativa visual e dinâmica da *Abortion Mazes*. Essa organização permitiu examinar não apenas a presença e a distribuição dos elementos visuais, mas também a relação entre a visualização de dados e a experiência do leitor.

A primeira categoria mencionada refere-se às imagens sem interatividade. Ao longo do estudo foram localizadas sete ilustrações, sendo seis delas alusivas aos relatos pessoais e uma que funciona como abertura da reportagem — esta, embora animada no momento inicial, assume forma estática durante a leitura.

**Figura 2:** Ilustrações estáticas

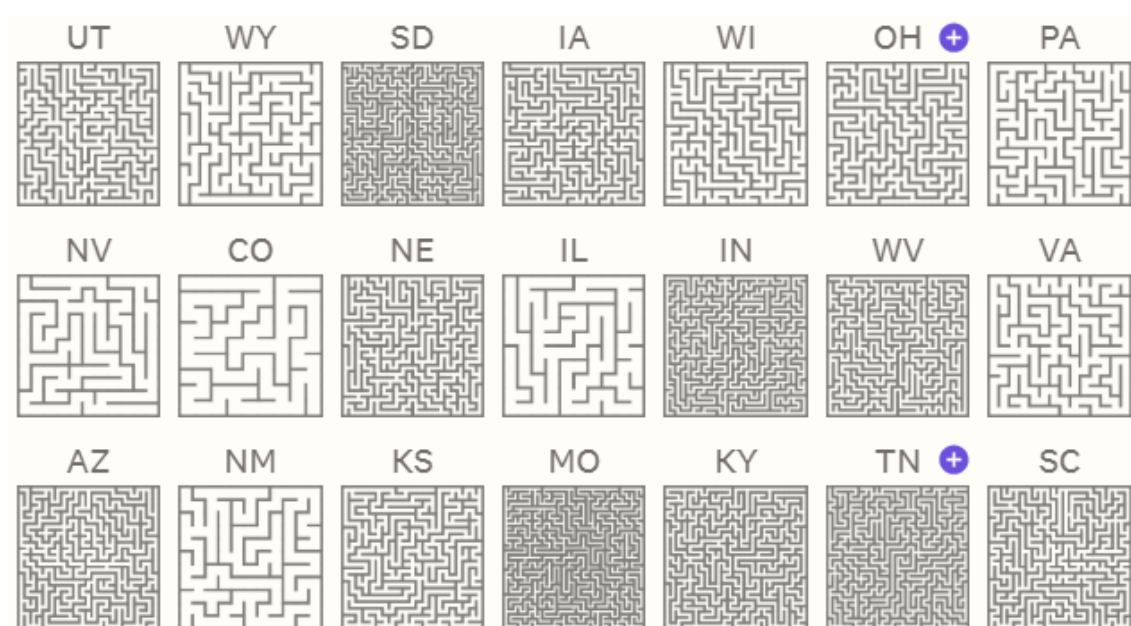


Fonte: Site *The Pudding* (2026).

Esses elementos desempenham uma função estética e narrativa, alinhando-se ao que Kanno (2013) descreve como a capacidade que os recursos iconográficos possuem de não apenas complementar a reportagem, mas transmitir informações fundamentais ao público. Nesse contexto, ao representar visualmente os personagens, as ilustrações reforçam o caráter humano do material, aproximando o leitor das realidades evocadas e mobilizando a dimensão empática da visualização, em consonância com Oliveira (2005), para quem a visualidade atua como mediadora entre o sujeito e o mundo.

A segunda categoria denominada “labirintos exploráveis”, elenca os recursos gráficos interativos presentes no material. No total, foram identificados 51 elementos construídos de forma personalizada para cada estado. Esses labirintos atuam como metáforas visuais, visto que são responsáveis por traduzir a dificuldade de acesso ao aborto, potencializando a visualização de dados para uma experiência participativa. Enquanto o usuário percorre o recurso gráfico, novos conteúdos emergem na tela — desde legislações até trechos das histórias pessoais — reforçando a ideia de que informação e interação caminham juntas. Tal estratégia se aproxima do que Manovich (2004) caracteriza como uma forma cultural emergente da era digital, marcada pela integração entre visualização e manipulação dos dados.

**Figura 3:** Labirintos exploráveis



Fonte: Site *The Pudding* (2026).

A metáfora do labirinto é, aliás, um dos achados centrais desta análise. Ao transformar complexidade política em materialidade gráfica, a reportagem representa a noção de dificuldade, bloqueio e obstáculo — sentidos historicamente associados ao debate sobre o aborto. Essa escolha estética reforça a perspectiva de Rodrigues (2012), que enfatiza a necessidade de que recursos visuais exerçam não apenas uma função ornamental, mas sobretudo uma mediação interpretativa, articulando experiência estética e compreensão informacional.

Por fim, a categoria de “ícones clicáveis” compreende todos os botões, mini-elementos interativos ou palavras com hiperlinks distribuídas ao longo da *Abortion Mazes*. Durante a análise, foram identificados 113 componentes. Apenas na página principal, 64 ícones direcionam o leitor para labirintos, histórias e explicações adicionais sobre o conteúdo. Dentro de cada recurso gráfico, sete novos elementos orientam o percurso e desbloqueiam trechos informacionais. Enquanto a aba metodológica, que explica o processo de produção da reportagem, conta com outros 42 itens.

#### Figura 4: Ícone clicável



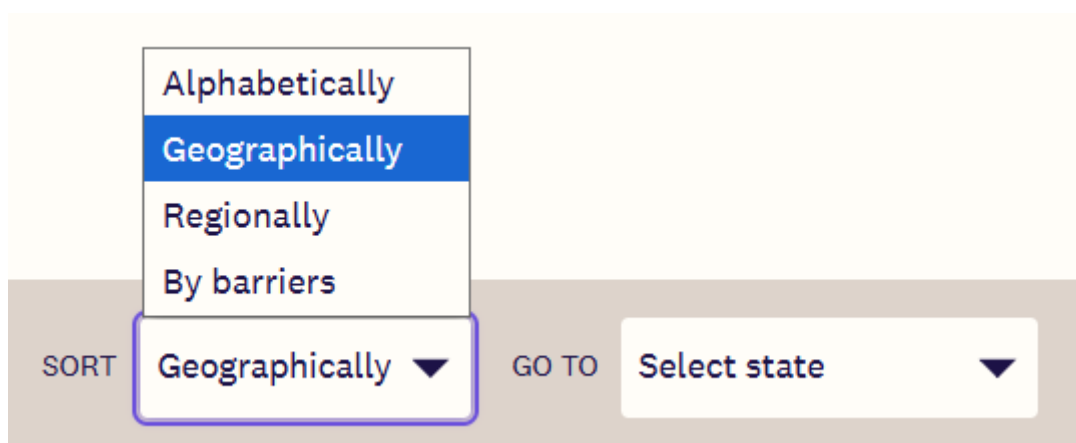
Fonte: Site *The Pudding* (2026).

Dessa forma, entende-se que o material selecionado apresenta um ambiente altamente interativo, no qual o leitor não apenas consome, mas navega, decide e constrói sua própria trajetória de leitura. Essa liberdade dialoga com a concepção de visualidade como campo de disputa apresentada por Oliveira (2005), onde cada elemento visual compete pela atenção do público, guiando sua percepção de forma intencional.

Ademais, no que se refere à organização espacial desses recursos, o *corpus* oferece múltiplos caminhos possíveis. Não há uma ordem rígida, o usuário pode

selecionar qualquer labirinto, iniciar a partir do estado que preferir e explorar as histórias em sequência ou de forma aleatória. Sendo assim, é possível sistematizar de maneira autônoma a experiência — seja por ordem alfabética, geográfica, regional ou por nível de restrição ao aborto, como é possível observar na figura 5. Essa estrutura não linear contribui para a sensação de autonomia e reforça a lógica de participação ativa, trazendo para o presente debate a ideia de que o leitor atua como coautor do percurso informativo.

**Figura 5: Opções de sistematização**



Fonte: Site *The Pudding* (2026).

Do ponto de vista da visualização de dados, os resultados mostram que a reportagem opera majoritariamente por meio da infografia, entendida, conforme Kanno e Brandão (1998), como um recurso gráfico capaz de explicar fenômenos complexos por meio de elementos visuais. Os labirintos sintetizam dados altamente abstratos, transformando-os em uma estrutura perceptível, interativa e emocionalmente mobilizadora. A opção estética e gráfica, nesse caso, reforça a perspectiva de Cairo (2019), para quem a representação visual dos dados deve ser consistente com os objetivos informativos da reportagem. No presente cenário, a construção dos labirintos segue rigorosamente esse princípio: seu design não é decorativo, mas derivado de cálculos quantitativos.

Além disso, a *Abortion Mazes* incorpora princípios da infoestética, tal como apresentado por Manovich (2012). A articulação entre dados e sensibilidade visual mobiliza não apenas compreensão, mas experiência estética. Os labirintos oferecem entretenimento, desafio e surpresa, compondo uma forma híbrida entre jogo, infografia e narrativa jornalística. Assim, o material selecionado para análise reforça a noção defendida por Berners-Lee (2014) e Lorenz (2014) de que o jornalismo de dados amplia as possibilidades narrativas da comunicação contemporânea.

### Considerações finais

Este estudo retoma seus objetivos iniciais ao analisar como a *Abortion Mazes* utiliza elementos visuais para apresentar dados sobre o acesso ao aborto nos Estados Unidos. Por meio da análise de conteúdo, foi possível observar de que maneira a visualização de dados é aplicada na reportagem e quais estratégias são empregadas para articular informação e atratividade estética.

Os resultados indicaram que recursos como a metáfora visual, o *storytelling* baseado em histórias reais, a interatividade e o uso extensivo de infografias foram mobilizados para tornar o conteúdo mais acessível e dinâmico. Essas escolhas unem clareza informacional e apelo visual, reforçando a relevância da visualização de dados na explicação de fenômenos complexos.

Além de potencializar a compreensão do tema abordado, tais estratégias demonstram possibilidades narrativas que podem ser aplicadas ao jornalismo de dados em diferentes contextos, contribuindo para aproximar o público de informações de interesse social apresentadas por meio de grandes volumes de dados.

Como limitação, o presente artigo concentrou-se em apenas um material, o que restringe a generalização dos achados para outros formatos ou veículos. Sugere-se, portanto, que pesquisas futuras ampliem o escopo de análise e investiguem outros produtos jornalísticos, de modo a aprofundar a compreensão desse campo no meio comunicacional.

Por fim, também se mostra pertinente a realização de estudos comparativos entre iniciativas desenvolvidas em diferentes países e/ou continentes, a fim de identificar

aproximações, particularidades e possíveis influências nas formas de utilização integrada da visualidade e da infografia na produção do jornalismo de dados.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERNERS-LEE, Tim. **Manual de Jornalismo de Dados**. Tradução sob responsabilidade da Abraji. Entrevista concedida a Liliana Bounegru; Lucy Chambers; Jonathan Gray. [S.l.: s.n.], 1. ed., 2014. *E-book*. Disponível em: [https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk\\_info/details\\_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual\\_de\\_Jornalismo\\_de\\_Dados.pdf](https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk_info/details_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual_de_Jornalismo_de_Dados.pdf). Acesso em: 26 out. 2025

BRADSHAW, Paul. **Manual de Jornalismo de Dados**. Tradução sob responsabilidade da Abraji. Entrevista concedida a Liliana Bounegru; Lucy Chambers; Jonathan Gray. [S.l.: s.n.], 1. ed., 2014. *E-book*. Disponível em: [https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk\\_info/details\\_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual\\_de\\_Jornalismo\\_de\\_Dados.pdf](https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk_info/details_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual_de_Jornalismo_de_Dados.pdf). Acesso em: 25 out. 2025

CAIRO, Alberto. Por que a visualização de dados falha se não pensamos sobre o seu propósito. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 117–125, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/27762>. Acesso em: 21 set. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S. A. 2002. *E-book*. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 11 jun. 2026.

KANNO, Mário; BRANDÃO, Renato. **Manual de infografia**. São Paulo: Folha de São Paulo. 1998. *E-book*. Disponível em: <https://edumidiascomunidadesurda.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/05/mario-kanno-manual-de-infografia.pdf>. Acesso em: 25 out. 2025.

KANNO, Mário. **Infografe**: como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. Edição eletrônica. São Paulo: Infolide, 2013.

LORENZ, Mirko. **Manual de Jornalismo de Dados**. Tradução sob responsabilidade da Abraji. Entrevista concedida a Liliana Bounegru; Lucy Chambers; Jonathan Gray. [S.l.: s.n.], 1. ed., 2014. *E-book*. Disponível em: [https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk\\_info/details\\_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual\\_de\\_Jornalismo\\_de\\_Dados.pdf](https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk_info/details_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual_de_Jornalismo_de_Dados.pdf). Acesso em: 25 out. 2025

MANOVICH, Lev. A era da infoestética: entrevista com Lev Manovich. Entrevista concedida a Cícero Inácio da Silva. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, Juiz de Fora, v. 6, n. 1, n.p., 2012.

OLIVEIRA, Ana Claudia Mei Alves de. Visualidade, entre significação sensível e inteligível. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 30, n. 2, p. 107-122, 2005. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/rer/v30n02/v30n02a08.pdf>. Acesso em: 25 out. 2025.

O QUE é visualização de dados? **Tableau**, [s.l.], [entre 2006 e 2025]. Disponível em: <https://www.tableau.com/pt-br/learn/articles/data-visualization>. Acesso em: 25 de out. 2025.

OXFORD LANGUAGES. **Site**. 2000. Disponível em: <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>. Acesso em: 25 de out. 2025

PILHOFER, Aron. **Manual de Jornalismo de Dados**. Tradução sob responsabilidade da Abraji. Entrevista concedida a Liliana Bounegru; Lucy Chambers; Jonathan Gray. [S.l.: s.n.], 1. ed., 2014. *E-book*. Disponível em: [https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk\\_info/details\\_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual\\_de\\_Jornalismo\\_de\\_Dados.pdf](https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/helpdesk_info/details_file/72afb828-a32a-42c1-8bbf-75f1df9c8cae/Manual_de_Jornalismo_de_Dados.pdf). Acesso em: 25 out. 2025

QUEIROZ, Fernanda Neves. **Jornalismo de Dados e política no Brasil: uma análise comparativa dos veículos Agência Pública, Gênero e Número, Nexo Jornal e The Intercept Brasil**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, p.14, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/38687>. Acesso em: 19 out. 2025.

RODRIGUES, Adriana Alves. **Infografia interativa em base de dados no jornalismo digital**. 2009. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 39, 2009. Disponível em: [https://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2009\\_alves\\_dissertacao.pdf](https://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2009_alves_dissertacao.pdf). Acesso em: 19 out. 2025.

RODRIGUES, Adriana Alves. Visualizar o “invisível”: era da infoestética no jornalismo de dados. **Anais do 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, Curitiba, v. 10, n.p., 2012. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2012/trabalhos/visualizar-o-invisivel-era-da-infoestetica-no-jornalismo-de-dados?lang=pt-br>. Acesso em: 21 set. 2025.

THE PUDDING. **Site**. 2017. Disponível em: <https://pudding.cool/>. Acesso em: 19 out. 2025.

Submetido em: 22 de fevereiro de 2026.

Aprovado em: 11 de junho de 2026.