

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
ECA - USP**

VITÓRIA ARAUJO PIRES DE SOUZA

Infografia no Instagram

Um olhar sobre o fenômeno das publicações em slides

São Paulo
2024

VITÓRIA ARAUJO PIRES DE SOUZA

Infografia no Instagram

Um olhar sobre o fenômeno das publicações em slides

Trabalho de conclusão de curso em Bacharelado em Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda, apresentado à Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

São Paulo

2024

AGRADECIMENTOS

De todas as seções deste trabalho, essa com certeza foi a que mais tive dificuldade sobre o que trazer em sua escrita. Veja bem: como todo criador, chega um momento que cria-se asco de sua criação e qualquer acréscimo que precise ser feito parece o maior dos desafios. Mas chegar ao final da jornada é perceber que os desafios já foram superados - e não foram superados sozinhos.

Por isso, gostaria de agradecer, primeiramente, à Universidade de São Paulo. Você entrou na minha vida como uma verdadeira montanha-russa de emoções. Na mesma semana em que recebi a notícia de que fui aprovada, precisei me matricular e me mudar para São Paulo, pois minha vaga veio após rodar a lista de espera. E graças às políticas de permanências e às cotas, que hoje posso completar essa história e escrever esse trabalho. Ao longo desses cinco anos, USP, você foi trevas, mas também foi luz.

Luz, pois por intermédio dela, tive a oportunidade de ressignificar toda a minha vida e realmente começar um novo capítulo - e preciso aproveitar para agradecer os que me ajudaram a virar essa página. Ao meu padrinho Paulo e ao meu amigo Nelson, obrigada. Também agradeço a Debora e a Flavia, por terem sido e seguirem sendo meu suporte e incentivo, muito mais que uma amizade, elas me ensinaram o que realmente significa família.

Um novo capítulo trouxe novos personagens. Por isso, muito obrigada aos laços que me ampararam logo nos primeiros anos, meu grupo de amigos carinhosamente intitulados de “gados”, que me mostraram não só São Paulo, mas muito mais. Também muito obrigada aos amigos Alex, Barbara, Carmilla, Leticia, Melissa, Pedro e Verônica, os laços que demoraram para se solidificar, mas que hoje são pilares para minha existência e me renovam a fé na vida.

Fé, essa, que perdi no meio do caminho, mas que felizmente posso estar aqui hoje pra dizer que recuperei. Assim, não poderia deixar de agradecer às excelentes profissionais que têm estado comigo, Dr^a Julia Dias e Caroline Sorgi.

Por último, me rendo ao clichê e agradeço a mim mesma. Por todas as vezes em que achei que não ia conseguir e mesmo assim, aos trancos e barrancos, eu persisti - obrigada por me trazer até aqui. Estou ansiosa para ver onde mais vamos chegar juntas.

RESUMO

O presente trabalho investiga o fenômeno dos infográficos no Instagram e seu efeito no consumo de informação, com ênfase no formato conhecido como "ativismo de Power Point" ou "infográficos de Instagram". Este modelo visual emergente, caracterizado por uma sequência de slides com textos curtos e elementos visuais, tem ganhado popularidade nas redes sociais, refletindo uma mudança de conteúdos essencialmente visuais para conteúdos discursivos e argumentativos. Por meio de um levantamento bibliográfico e análise dos perfis @obvius.cc, @epstemia e @thesummerhunter, examina-se as implicações do compartilhamento desses infográficos. A pesquisa busca compreender como o consumo deste formato influencia os usuários, levantando questões sobre veracidade, credibilidade e impacto das informações compartilhadas.

Palavras-chave: Infográfico; Instagram; Ativismo de PowerPoint; Comunicação.

ABSTRACT

The present work investigates the phenomenon of infographics on Instagram and its effect on information consumption, with an emphasis on the format known as "PowerPoint activism" or "Instagram infographics." This emerging visual model, characterized by a sequence of slides with short texts and visual elements, has gained popularity on social networks, reflecting a shift from predominantly visual content to discursive and argumentative content. Through a literature review and analysis of the profiles @obvius.cc, @epstemia, and @thesummerhunter, the study examines the implications of sharing these infographics. The research aims to understand how the consumption of this format influences users, raising questions about the truthfulness, credibility, and impact of the shared information.

Keywords: Infographic; Instagram; PowerPoint Activism; Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Exemplo de Infográfico Diagrama.....	15
Figura 02 - Exemplo de Infográfico Iluminista.....	16
Figura 03 - Exemplo de Infográfico Mapa.....	16
Figura 04 - Exemplo de Infográfico de 1º Nível.....	17
Figura 05 - Exemplo de Infográfico de 2º Nível.....	17
Figura 06 - Exemplo de Infográfico de sequências espaço-temporais.....	18
Figura 07 - Qual recurso utilizar?.....	19
Figura 08 - Post Infográfico para o movimento Black Lives Matters.....	21
Figura 09 - Perfil da Obvius.CC no Instagram.....	28
Figura 10 - @obvious.cc exemplo de uso de outros formatos de infografia.....	33
Figura 11 - @obvious.cc continuação do exemplo de uso.....	34
Figura 12 - Perfil Epstemia no Instagram.....	35
Figura 13 - Perfil @thesummerhunter no Instagram.....	40

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 1 selecionada.....	29
Quadro 2 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 2 selecionada.....	30
Quadro 3 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 3 selecionada.....	32
Quadro 4 – @epstemia análise simples da postagem n° 1 selecionada.....	36
Quadro 5 – @epstemia análise simples da postagem n° 2 selecionada.....	37
Quadro 6 – @epstemia análise simples da postagem n° 3 selecionada.....	38
Quadro 7 – @thesummerhunter análise simples da postagem n° 1 selecionada.....	41
Quadro 8 – @thesummerhunter análise simples da postagem n° 2 selecionada.....	43
Quadro 9 – @thesummerhunter análise simples da postagem n° 3 selecionada.....	45

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. OBJETIVOS E METODOLOGIA.....	10
2.1 Objetivos Gerais e Específicos.....	10
2.2 Metodologia.....	10
3. O QUE É E COMO SURTIU O CONTEÚDO DE INFOGRÁFICO NO INSTAGRAM?.....	13
4. POPULARIZAÇÃO DO USO E CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS.....	23
4.1 @obvius.cc.....	27
4.2 @epstemia.....	35
4.3 @thesummerhunter.....	41
5. INFOGRÁFICOS NO INSTAGRAM: DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO OU BANALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO?.....	51
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
7. REFERÊNCIAS.....	57

1. INTRODUÇÃO

Há cerca de dez anos que os discursos acadêmicos se referem às esferas midiáticas modernas como centradas na imagem (Faulkner, Vis, & D’Orazio, 2017; Gómez-Cruz & Lehmuskallio, 2016; Hand, 2012; Stöckl, Caple, & Pflaeging, 2020) e o Instagram é certamente percebido como um promotor relevante dessa centralidade da imagem (Leaver, Highfield, & Abidin, 2020; Zappavigna, 2016).

No entanto, como nos conta Schreiber (2023), pós doutoranda em Estudos de Comunicação e Mídia pela Universidade de Viena, os conteúdos em texto estão se tornando cada vez mais comuns e populares nos últimos tempos na rede social. Este crescimento parece estar relacionado a uma mudança do próprio conteúdo em si, passando de uma comunicação visual e estética sobre praias, corpos e comidas maravilhosas para uma discussão discursiva e argumentativa de temas como racismo, feminismo e saúde mental.

É nesse cenário fértil que surge um novo modelo visual emergente: o ativismo de Power Point ou também chamado de Infográficos de Instagram. O fenômeno consiste em uma sequência de vários slides (imagens) que apresentam textos curtos e elementos visuais, compartilhados em posts comumente chamados de "carrossel" (Dumitrica & Hokin-Boyers, 2022). Como comenta Nguyen (2020) em sua reportagem *“How social justice slideshows took over Instagram?”* para Vox:

As apresentações de slides são ousadas e atraentes e apresentam gradientes coloridos, fontes serif grandes, fundos em tons pastéis e ilustrações divertidas – opções de design destinadas a pausar a rolagem do usuário e solicitar que ele leia o texto. (NGUYEN, 2020, tradução nossa).

Nas nossas terras tropicais brasileiras, o formato caiu nas graças dos usuários. São diversos os perfis que compartilham conteúdos de diferentes temáticas utilizando os tais “infográficos de instagram”, como o perfil @obvius.cc, que conta com 1,5 milhões de seguidores, ou ainda @epstemia e @thesummerhunter, que contam com 863 mil e 351 mil seguidores respectivamente.

Consequentemente, à medida que a viralidade e a quantidade desses conteúdos cresce, surgem questões cruciais relacionadas à veracidade, à credibilidade e ao impacto das informações compartilhadas. Mas o que significa o

aumento de postagens de texto em uma plataforma até então essencialmente visual? E quais seriam os possíveis impactos que o consumo deste formato de informação pode trazer?

Assim, considerando o impacto desse fenômeno na disseminação de informações e na construção de narrativas digitais, este trabalho tem como objetivo investigar os efeitos dos infográficos no Instagram sobre o consumo de informação. Para isso, adota-se uma abordagem teórico-metodológica que combina levantamento bibliográfico com a análise qualitativa de postagens de perfis selecionados, utilizando categorias de análise baseadas em Bardin (2011).

A monografia está organizada da seguinte forma: o terceiro capítulo contextualiza o que são infográficos e sua importância e conecta o seu surgimento e a popularização na plataforma Instagram. Em seguida, o quarto capítulo explora e analisa as características principais e os padrões estéticos dos perfis @obvius.cc, @epstemia e @thesummerhunter. Por fim, no quinto capítulo, discute-se o potencial desses conteúdos para a democratização do conhecimento e os desafios relacionados à banalização e superficialidade da informação. As considerações finais sintetizam os achados e sugerem caminhos para pesquisas futuras.

2. OBJETIVO E METODOLOGIA

2.1 objetivos gerais e específicos

O objetivo geral deste trabalho é investigar o fenômeno dos infográficos no Instagram e seu impacto no consumo de informação, com foco na transição do conteúdo predominantemente visual da rede social Instagram para uma comunicação mais textual e argumentativa. Os objetivos específicos se dividem em:

- Analisar a origem e as motivações por trás dessa mudança de conteúdo predominante visual para uma comunicação textual e argumentativa no Instagram;
- Identificar os principais padrões e características dos infográficos de Instagram, incluindo elementos visuais, estrutura de apresentação e temas abordados, com base na análise de 3 perfis influentes e populares: @obvious.cc, @epstemia e @thesummerhunter;
- Discutir os potenciais ou possíveis efeitos do consumo de infográficos de Instagram considerando questões de veracidade, credibilidade e confiança nos conteúdos compartilhados, em vestígios das percepções, atitudes e engajamento com os temas abordados, a partir das manifestações da circulação em Rede Sociais Digitais (Instagram);

Esses objetivos proporcionarão uma análise abrangente da temática, considerando múltiplos aspectos e oferecendo insights para pesquisadores, profissionais de marketing e para os próprios consumidores e criadores desse formato.

2.2 Metodologia

Para a realização desse estudo, usou-se uma abordagem de pesquisa teórica, visando explorar diversas fontes que contribuíssem para uma compreensão abrangente do assunto. A metodologia adotada englobou uma pesquisa bibliográfica e uma análise qualitativa através de livros, artigos científicos, reportagens e postagens de infográficos no Instagram, visando compreender uma abordagem geral sobre o tema.

O levantamento bibliográfico foi feito a partir da leitura de artigos de teóricos e acadêmicos que abordam as tendências visuais do Instagram, o fenômeno textual

na rede social e os impactos desse formato de ativismo de “PowerPoint” na plataforma. Para a seleção da bibliografia, o Google Scholar foi utilizado com palavras chaves como “ativismo de powerpoint”; “slideshow instagram” e “infográfico de instagram”, o que resultou em publicações relevantes sobre essa temática. Como destacado por Schreiber (2023), o campo ainda carece de interesse acadêmico significativo em relação às postagens de texto como fenômeno específico do Instagram, embora tenha atraído interesse da mídia:

“Além de um estudo recente focado no subgênero específico do ativismo de apresentação de slides (Dumitrica & Hokin-Boyers, 2022), as postagens de texto como fenômenos do Instagram ainda não atraíram muito interesse acadêmico, mas ganharam bastante atenção jornalística – no entanto, também referindo-se principalmente ao conteúdo ativista” (SCHREIBER, 2023, p. 1, tradução nossa) [2].

No contexto brasileiro, até a presente data deste trabalho, não foram encontrados trabalhos científicos abordando esse tema, o que pode gerar uma fragilidade em relação a uma análise mais robusta que contextualize, investigue e adapte esse fenômeno, considerando a cultura e a sociedade brasileira. Sendo assim, a abordagem adotada de analisar as reportagens permitiu uma maior visualização da temática, gerando uma conexão mais próxima aos contextos atuais.

Adicionalmente, para uma compreensão mais profunda das publicações de infográficos, as técnicas de análise de conteúdo de Bardin foram incorporadas. Bardin (2011) propõe que a análise de conteúdo seja organizada por categorias, permitindo uma observação minuciosa dos elementos textuais e visuais. Desta forma, foi realizada a categorização das postagens selecionadas, explorando aspectos como estética visual, linguagem e engajamento, com especial atenção aos objetivos declarados de cada postagem, escolhas estéticas e sua conexão com os objetivos e reações dos usuários.

Com a aplicação da codificação e categorização conforme Bardin, essa metodologia mista visa proporcionar uma investigação abrangente do fenômeno dos infográficos no Instagram, combinando análises qualitativas e técnicas de

categorização para obter uma compreensão detalhada das características e potencialidades do fenômeno estudado.

3. O QUE É E COMO SURTIU O CONTEÚDO DE INFOGRÁFICO NO INSTAGRAM?

Os infográficos são representações visuais que integram imagens, textos curtos e elementos gráficos, assemelhando-se a slides dinâmicos que facilitam a transmissão de informações complexas de maneira rápida e acessível. Essa forma de comunicação visual visa simplificar a compreensão de dados e conceitos, transformando informações densas em representações gráficas que capturam a atenção do público e facilitam a retenção do conhecimento.

Com a crescente quantidade de informações disponíveis na era digital, os infográficos emergem como uma solução eficaz para a sobrecarga informativa, permitindo que os usuários absorvam e compartilhem conteúdo de forma mais eficiente.

Desde sua popularização, os infográficos têm sido utilizados em diversas áreas, como educação, marketing, jornalismo e ativismo social, destacando sua versatilidade e relevância em diferentes contextos comunicativos. A evolução dessa forma de apresentação visual reflete não apenas a necessidade de inovação na disseminação de informações, como também a adaptação às preferências e comportamentos dos consumidores contemporâneos, que buscam conteúdos cada vez mais dinâmicos e interativos.

Como aborda Cairo (2013), a história dos infográficos tem raízes antigas, com registros de representações visuais presentes em mapas e diagramas de civilizações como as egípcia e babilônica, que já utilizavam esses recursos para transmitir conhecimento de maneira acessível. Mas, a necessidade intrínseca da comunicação visual surgiu em tempos ainda mais antigos, desde os períodos mais remotos da história o ser humano sempre demonstrou a necessidade de se comunicar, mesmo antes do advento da fala, como pode ser observado nas pinturas rupestres da Idade da Pedra Lascada.

Essas representações visuais primitivas, ainda que rudimentares, já eram formas de transformar pensamentos e realidades invisíveis em algo visível e tangível para a coletividade. Com o passar do tempo e com o avanço da civilização,

os sistemas de comunicação também se sofisticaram, adaptando-se às novas demandas e desafios apresentados pelas diferentes épocas (PANIZZA, 2004).

Consequentemente, impulsionados pela evolução das técnicas gráficas e pela crescente demanda por visualizações claras em áreas como geografia, estatística e ciências sociais, os infográficos ganharam maior destaque no século XIX (CAIRO, 2013).

Entretanto, com a chegada da era moderna, surgiu um novo desafio: o excesso de informações disponíveis. Se por um lado temos um acesso sem precedentes a uma infinidade de dados, por outro lado essa abundância pode causar confusão e incerteza, gerando questionamentos sobre a veracidade das informações e a confiabilidade das fontes. Além disso, a dificuldade em distinguir o que é relevante e compreender o real significado de determinadas notícias ou dados contribui para um fenômeno que Wurman (1991) chamou de "ansiedade de informação".

Essa sobrecarga informativa é o resultado da crescente distância entre o que conseguimos entender e o que acreditamos que deveríamos ser capazes de compreender. Sendo assim, essa sensação de sobrecarga ressalta a importância de recursos visuais, como os infográficos, para organizar e apresentar dados de maneira mais clara e acessível. Nesse sentido, Lupton e Phillips discorrem que:

Num mundo complexo, filtrado por camadas de sinais visuais, verbais e sensoriais, uma comunicação visual clara e vigorosa é essencial. Um design impecável não apenas nos ajuda a dar sentido às nossas vidas, como por tornar nossa experiência prazerosa (LUPTON e PHILLIPS, 2008, p. 13).

Além disso, Farias (2014) complementa a discussão ao destacar que a etimologia da palavra "informação" refere-se ao latim *informare*, que significa "dar forma a". Quando tornamos algo visível, estamos estruturando elementos visuais para dar forma ao que antes era invisível. Nesse sentido, a visualização é o que permite que dados, que de outro modo seriam incompreensíveis, se transformem em informação, tornando-se compreensíveis e passíveis de serem compartilhados.

Por isso, Cairo (2013) argumenta que os infográficos são ferramentas poderosas de comunicação visual que combinam textos e imagens com o objetivo

de transmitir informações de maneira clara, concisa e acessível. Ao organizar elementos gráficos, como ícones, gráficos e ilustrações, os infográficos transformam dados abstratos e complexos em representações visuais que facilitam a compreensão.

Mas, Kanno (2013, p.11) enfatiza que a função da infografia vai além de simplesmente simplificar conteúdos complexos. Ela se destaca em situações em que o texto, por si só, não é suficiente para transmitir adequadamente uma determinada informação. Nesses casos, a combinação de "texto + imagem" se torna a forma mais eficaz de comunicação. E, partir desse entendimento, que Sato (2017) traz a definição de Infográfico como:

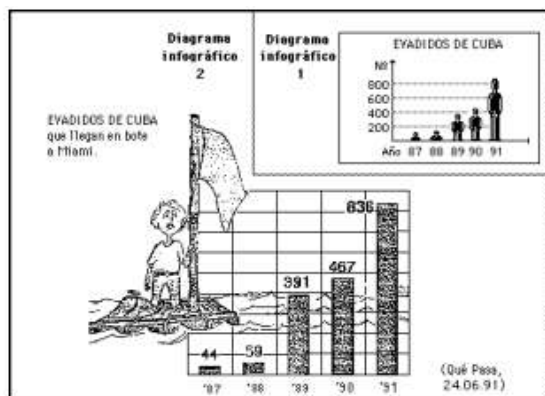
Recursos gráficos que conjugam imagens, palavras e símbolos de forma integrada, visando facilitar a assimilação de determinada carga informativa e enriquecer a experiência do receptor com tal conteúdo, numa relação em que tanto elementos visuais quanto verbais possuem valor de informação, atuando em sincretismo. (SATO, p.45, 2027)

Nesse sentido, muitos autores divergem sobre quais são especificamente os elementos esquemáticos, verbais e pictóricos que formam um infográfico e o que o torna um material completo. Por se tratar de uma ferramenta de representação visual diversificada, os infográficos podem ser classificados de diferentes formas, seja pela linguagem visual, seja pelo meio de divulgação ou até mesmo pelo tipo de conteúdo que transmitem.

Conforme Colle (2004), no que diz respeito à linguagem visual, eles podem ser divididos nas seguintes categorias:

Diagrama: Utiliza símbolos visuais para transmitir informações de forma clara. É um dos tipos mais comuns de infográficos.

Figura 01 - Exemplo de Infográfico Diagrama



Fonte: Colle (2004).

Infográfico iluminista: apresenta blocos de texto como o elemento principal, acompanhados por ilustrações ou elementos iconográficos. O nome "iluminista" faz referência aos manuscritos da Alta Idade Média, que incluíam ilustrações dentro do texto, seja em recuados ou usando elementos visuais nas letras iniciais.

Figura 02 - Exemplo de Infográfico Iluminista



Fonte: Colle (2004).

Mapas: podem abordar temas econômicos ou turísticos, com uso reduzido de texto e, geralmente, recorrendo a ícones para marcar localizações.

Figura 03 - Exemplo de Infográfico Mapa



Fonte: Colle (2004).

Infográficos de 1º Nível: consistem essencialmente em um título, um texto principal e uma ilustração.

Figura 04 - Exemplo de Infográfico de 1º Nível



Fonte: Colle (2004).

Infográficos de 2º nível: o texto é integrado diretamente à imagem, como "balões" de histórias em quadrinhos, eliminando a necessidade de um texto explicativo separado.

Figura 05 - Exemplo de Infográfico de 2º Nível



Fonte: Colle (2004).

Infográficos de sequências espaço-temporais: ilustra o desenvolvimento de um evento ao longo do tempo em um único gráfico, usando a disposição espacial para representar sua sequência temporal.

Figura 06 - Exemplo de Infográfico de sequências espaço-temporais



Fonte: Colle (2004).

Para Sato (2017), ele não só identifica os infográficos de diagramas e os mapas infográficos, como também discorre sobre os infográficos que fazem uso de gráficos estatísticos, onde se apresentam dados numéricos de maneira visual, facilitando a identificação de padrões e tendências. Em termos de gráficos comparativos, a autora menciona os gráficos de barras e colunas, amplamente utilizados para comparar categorias ou quantidades, e os gráficos de linha, que ilustram variações ao longo do tempo.

De forma complementar, Cairo (2013) destaca os gráficos de barras e colunas como ferramentas eficazes para comparações entre categorias, enquanto os gráficos de linhas são recomendados para representar tendências e mudanças ao longo do tempo, reforçando o ponto de Sato. Outro recurso importante mencionado por Cairo são os gráficos de pizza, úteis para representar proporções de um todo, embora suas limitações em termos de precisão sejam reconhecidas.

Kanno (2013, *apud* Sato, 2017) identifica aqueles que seriam os recursos gráficos mais adequados para cada tipo de conteúdo, fornecendo orientações para seu melhor aproveitamento:

Figura 07 - Qual recurso utilizar?

O QUE VOCÊ QUER MOSTRAR	QUAL RECURSO USAR	COMO MELHORAR O INFOGRÁFICO
Números Alta / queda Participação Comparações	GRÁFICOS 	- Escolha UM gráfico principal. Faça os outros menores criando uma narrativa - Explique os números, mostre por que eles são importantes: Ex.: US\$ 14 tri = 7 vezes o PIB do Brasil
Onde fica Trajeto/ como foi Dados geográficos Cartogramas	MAPAS 	- Marque referências que ajudem o leitor a se localizar (monumentos, rios) - Use o mapa como base para distribuir as informações em pauta - Trace rotas para orientar a leitura
Esquema Organograma Passo a passo Como funciona	DIAGRAMAS 	- Faça um rascunho antes de começar a escrever. Os textos vão acompanhar o diagrama, não o contrário - Veja se o diagrama pode ser disposto em mapa ou incluir valores (\$, %, tempo)
Raio-X/ Dicas/ lista Entenda o caso Como era/ ficou Crono/ Tabelas	ARTES-TEXTO 	- Use intertítulos para separar os blocos - Use fotos ou ilustrações para ajudar a sinalizar os pontos principais - Veja se não é possível organizar como um diagrama, fica muito melhor

Fonte: Kanno, 2013, p.148.

Além disso, quanto ao uso de texto na infografia, Kanno (2013) defende que ele deve seguir uma estrutura precisa e clara para facilitar a compreensão visual. A definição do título é o ponto de partida, pois orienta o foco do infográfico. Em seguida, é essencial destacar apenas a informação central, evitando dispersões que possam confundir o leitor. O autor recomenda esboçar o design visual previamente, imaginando a integração entre texto e imagem, e optando por textos curtos e diretos

para não sobrecarregar o leitor. Além disso, se houver grande volume de dados, é recomendável dividir em tópicos com subtítulos ou criar infográficos complementares. Ademais, é importante que os blocos de texto tenham tamanhos equilibrados, facilitando a diagramação e os dados numéricos devem ser apresentados com gráficos ou tabelas, reservando o texto para contextualização. Além disso, ele sugere cortar informações redundantes e ajustar o texto para clareza e objetividade, permitindo que o infográfico comunique o essencial de forma eficiente.

Nesse sentido, se faz necessário mencionar que a infografia abrange diversos formatos, como os mencionados anteriormente e por se tratar de uma técnica já utilizada desde o seu surgimento na pré-história, a presença das mídias digitais trouxe novos propósitos e possibilidades para a sua aplicação.

De acordo com Schreiber (2024), o uso de textos e imagens em conjunto no Instagram se tornou uma nova categoria de gênero discursivo, permitindo uma combinação efetiva de mensagens textuais diretas e apelo visual. Isso facilitou a criação dos infográficos, ou "ativismo de PowerPoint", onde informações são apresentadas em slides sequenciais que facilitam o consumo rápido e a viralização. E, conforme complementa, a trajetória dos infográficos no Instagram reflete mudanças profundas na maneira como as redes sociais são usadas para a comunicação de massa, o ativismo, além do engajamento social e político.

Ademais, vale destacar que, embora inicialmente o Instagram tenha sido concebido como uma plataforma voltada para a publicação de imagens - priorizando especialmente fotos e vídeos de curta duração, com um foco na estética visual e na construção de uma presença digital pessoal - é possível notar que essa dinâmica mudou à medida que a plataforma evoluiu e os usuários começaram a explorar novos formatos de comunicação.

Nesse sentido, se popularizou o fenômeno dos infográficos que, de acordo com Schreiber (2024), a própria característica do uso de texto em uma plataforma inicialmente projetada para ser visual já representa uma mudança significativa.

Os primeiros usos desse formato de texto visual na plataforma surgiram durante eventos de grande visibilidade global, como os movimentos feministas e o combate à mudança climática, mas Chang, Richardson e Ferrara (2022)

argumentam que foi com o movimento Black Lives Matter, em Maio de 2020, que esse formato realmente ganhou tração e mostrou seu potencial.

Em resposta à morte de George Floyd, os Estados Unidos e o mundo foram sacudidos pelos protestos que rapidamente se transformaram em um movimento global de conscientização. Mas, considerando o isolamento social, o principal canal que poderia ser utilizado para a mobilização e a educação desse movimento eram as plataformas digitais. Assim, ativistas e usuários começaram a compartilhar em seus perfis do Instagram imagens curtas e objetivas que explicavam o contexto histórico do racismo sistêmico, estatísticas sobre a brutalidade policial e como os usuários poderiam se envolver nos protestos ou apoiar causas financeiras.

Figura 08 - Post Infográfico para o movimento Black Lives Matters



Fonte: autor (2024)

Chang, Richardson e Ferrara (2022) destacam que os posts sobre esses tópicos, elaborados no formato de slides com imagens, facilitaram tanto o consumo em massa quanto o compartilhamento rápido das informações. Quando combinados com o uso estratégico de hashtags relacionadas ao movimento, como #justiceforgeorgefloyd ou #blacklivesmatter, esses posts conseguiram ampliar o alcance das postagens, permitindo que milhões de pessoas em todo o mundo tivessem acesso a conteúdos essenciais sobre justiça social e igualdade racial. Essa sinergia entre a forma visual de apresentação e a viralidade das hashtags não apenas potencializou a disseminação das informações, como também fomentou um

engajamento global em torno de questões urgentes, mobilizando comunidades e inspirando ações em prol de mudanças sociais.

Como mencionado anteriormente, Sato (2017) afirma justamente sobre a infografia ser uma ferramenta poderosa para a divulgação científica, pois combina elementos visuais com informações textuais, o que facilita a compreensão de temas complexos. E, como argumenta Kaviani e Salehi (2022), esses infográficos de Instagram serviram para "unir frames de ação", ou seja, conectar diversas perspectivas e objetivos dentro de movimentos sociais. O formato aproveitou o apelo estético da plataforma para amplificar vozes antes marginalizadas, ao mesmo tempo em que simplificava mensagens complexas para um público amplo e diversificado.

No entanto, como Salzano (2021) argumenta, o uso de infográficos de Instagram pode ser visto dentro de um modelo de "participação tecnoliberal", onde o engajamento político é mediado pelas limitações e regras das plataformas digitais. Isso levanta questões sobre a profundidade do engajamento que os infográficos promovem. Se, por um lado, eles facilitam a disseminação de informações e a conscientização rápida, por outro lado, podem incentivar um ativismo superficial, focado mais no compartilhamento visual do que em ações concretas.

Dumitrica e Hockin-Boyers (2023) abordam essa crítica ao discutir a construção do "sujeito ativista político" no Instagram, sugerindo que o formato dos slides contribui para a criação de uma identidade ativista focada na apresentação pública de valores, em vez de uma ação política coletiva. Embora o formato promova a visibilidade de causas, ele também pode reforçar uma forma de ativismo performático, onde a prática política é medida pelo engajamento nas redes sociais em vez da ação direta.

De toda forma, desde 2020, o formato ganhou popularidade entre os perfis do Instagram e tem sido cada vez mais utilizado para abordar as mais diversas temáticas, inclusive para além do ativismo. Essa versatilidade permitiu que os infográficos se tornassem uma ferramenta valiosa para a comunicação em diversos contextos, como educação, entretenimento e marketing, refletindo a capacidade da plataforma de adaptar-se às necessidades e interesses de seus usuários.

4. POPULARIZAÇÃO DO USO E CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS

Postagens no Instagram que utilizam infográficos no formato de carrossel têm se tornado populares para além do ativismo, conquistando espaço em diversos tipos de conteúdo, como informações educacionais, curiosidades, dicas práticas, e muito mais. Esses infográficos, muitas vezes conhecidos como "ativismo de PowerPoint" ou "infográficos de Instagram", combinam imagens, textos curtos e elementos visuais em uma estrutura que não apenas informam, como também engajam o usuário de maneira ativa e interativa.

Schreiber (2024) argumenta que o Instagram, tradicionalmente uma plataforma visual, teve o crescimento do uso de textos nas postagens, tornando-se um gênero emergente. Para a autora, isso ocorre porque a mistura de recursos visuais e textuais acaba por promover tanto o entretenimento quanto o aprendizado, se encaixando às expectativas e dinâmicas da plataforma. Esse formato, ao mesmo tempo que é simples, permite maior profundidade e reflexão do que outros tipos de postagem, especialmente ao tratar de temas mais complexos de forma acessível.

Beard (2022), em sua tese "Activism, Aestheticized: Instagram Infographics, Visual Politics, and Online Advocacy", discute como a utilização de cores vibrantes, fontes fáceis de ler e a combinação harmônica de elementos visuais são técnicas essenciais que capturam rapidamente o olhar do usuário e, o mais importante, mantêm o seu interesse. Além disso, o apelo estético também facilita o compartilhamento das postagens, aumentando o alcance do conteúdo e seu poder de influência. Esse aspecto visual é particularmente importante em infográficos, que devem balancear informação e estética para maximizar o impacto.

Outra característica fundamental que colabora para a popularidade dos infográficos é a linguagem acessível. Como apontam Kaviani e Salehi (2022), os infográficos no Instagram utilizam uma combinação de elementos que visam tornar as informações complexas compreensíveis para um público amplo, sem sacrificar a essência do conteúdo. Essa capacidade de "tradução" é um dos motivos pelos quais infográficos e carrosséis se expandiram para além do ativismo. O tom amigável e informal facilita a identificação dos leitores com a mensagem e também cria uma ponte direta entre o criador e o seu público, promovendo um sentimento de comunidade e pertencimento.

Infográficos no formato carrossel não apenas comunicam informações; eles convidam o usuário a interagir ativamente com o conteúdo. Como afirmam Kaviani e Salehi (2022), ao deslizar cada imagem, o usuário participa de uma experiência que é tanto tátil quanto intelectual. Esse tipo de interação direta colabora para criar um senso de participação e isso fortalece o vínculo entre quem está postando e produzindo o conteúdo e o público que consome. Além disso, os infográficos frequentemente possuem no seu último slide um "call to action" (CTA) — pedindo para que os usuários salvem, compartilhem ou comentem, o que é uma estratégia aplicada com objetivo de aumentar o engajamento nas redes.

A interação promovida pelos infográficos no formato de carrossel faz parte de um fenômeno maior de mudança na forma como o público se engaja com conteúdos nas redes sociais. Como analisa Beard (2022), há um movimento crescente de "ativismo estético", no qual as pessoas não apenas consomem conteúdo, mas também o utilizam como um meio de expressão pessoal. Ao compartilhar infográficos que abordam temas como justiça social, meio ambiente ou bem-estar mental, os usuários sentem que estão contribuindo ativamente para uma causa e reforçando seu posicionamento. E, quando ele possui esse formato que é visualmente mais atraente e acessível, com informações importantes colocadas de forma a facilitar o entendimento e o compartilhamento, esse engajamento se torna mais simples ainda.

Complementando Beard (2022), Huang e Benyoucef (2017) também destacam que, além do ativismo, as empresas têm explorado estratégias de design nas redes sociais, como o uso de carrosséis, para engajar e persuadir os consumidores de forma mais eficaz. Ao compartilhar "dicas" ou "benefícios" em um formato visualmente atrativo, as marcas podem se posicionar como autoridades no assunto, ao mesmo tempo em que promovem seus produtos de maneira não intrusiva. Esse tipo de abordagem contribui para a criação de uma relação de confiança entre a marca e o consumidor.

Além das características visuais e de linguagem, o algoritmo do Instagram também desempenha um papel importante na disseminação dos infográficos. De acordo com estudos sobre engajamento na plataforma, o Instagram tende a priorizar postagens com maiores chances de interação prolongada. Como apontado por

Brown et al. (2022), o algoritmo da plataforma é projetado para valorizar o tempo que os usuários passam interagindo com determinado conteúdo, o que favorece formatos como o carrossel, que oferecem múltiplas oportunidades de interação. Como o infográfico em carrossel estimula o usuário a dedicar mais tempo deslizando entre os slides e absorvendo cada página, ele se torna favorecido pelo algoritmo, garantindo que esses posts apareçam para mais pessoas. Assim, é vantajoso para criadores e marcas adotarem esse formato para aumentar o seu alcance de divulgação e de compartilhamento nas redes.

Por fim, Leaver, Highfield e Abidin (2020) destacam que o Instagram, como uma plataforma visual, oferece aos criadores uma oportunidade singular de expressarem suas identidades de maneira autêntica e pessoal. Os elementos visuais e textuais utilizados nas postagens, como cores, tipografia e organização das mensagens, refletem a personalidade dos criadores e contribuem para estabelecer uma conexão emocional com o público. Embora o formato de carrossel não seja abordado especificamente, os autores analisam como a comunicação visual na plataforma promove a construção de uma identidade única e fortalece o vínculo entre criadores e seus seguidores..

O formato de infográfico em carrossel, portanto, reflete a busca dos usuários por uma experiência de consumo de conteúdo que seja visualmente prazerosa e, ao mesmo tempo, rica em significado. De acordo com Huang e Benyoucef (2017), o consumo digital atual valoriza tanto a rapidez quanto a qualidade da informação; as pessoas desejam aprender algo novo, se entreter e sentir e a sensação de que não estão desperdiçando seu tempo ao navegar pelas redes sociais. Os infográficos atendem a essas expectativas porque conseguem balancear entreter e informar, oferecendo uma experiência interativa que é adaptada ao comportamento do usuário.

Assim, o sucesso dos infográficos em formato de carrosséis no Instagram pode ser atribuído a uma série de fatores. A fragmentação do conteúdo em partes menores, o apelo estético, a facilidade de compartilhamento, a capacidade de promover engajamento e a possibilidade de construir uma narrativa clara e acessível, além do favorecimento causado pelo algoritmo, são elementos

fundamentais que ajudaram a consolidar esse formato como um dos mais populares na plataforma.

Portanto, os infográficos em carrossel não apenas seguem tendências visuais, mas consolidam-se como um gênero emergente de comunicação que reflete as necessidades contemporâneas de comunicação: ser eficiente, visual, prático e engajador. Ao transformar informações em pequenas doses, os infográficos oferecem uma forma de comunicação que é ideal para a sociedade contemporânea, marcada pela busca por praticidade e eficiência na absorção de informações. Dessa forma, os infográficos em carrossel representam não apenas uma adaptação dos usuários ao ambiente digital, mas também a evolução das próprias plataformas para atender às novas demandas de comunicação e de consumo de informações.

Nesse contexto, três perfis vêm se destacando por utilizar postagens explicativas em formato de carrossel com infográficos, explorando esses elementos para gerar engajamento e dialogar de forma eficaz com seus seguidores. Abordando temas variados, como saúde mental, saúde sexual, feminismo, consumo e outros tópicos relevantes, será apresentada a seguir uma breve análise de cada um deles.

Para realizar essa análise, foi necessário definir sete categorias fundamentais, conforme Bardin (1977) propõe: análise categórica; análise de avaliação; análise de enunciação; análise de expressão; análise de contingência; análise estrutural e análise de discurso. Com base no referencial teórico da pesquisa e nos conceitos apresentados pelos autores utilizados, foram adotados os seguintes critérios:

Uso de infografia: diagrama, Iluminista, Mapa, 1º nível, 2º nível, sequências espaço-temporais, gráficos de barras, colunas, linhas e pizza, conforme definidos anteriormente neste trabalho por Sato (2017) , Colle (2004), Cairo (2013) e Kanno (2013).

Conteúdos visuais: uso de fotografias, ícones e cores presentes nas publicações postadas, considerando teorias como psicologia das cores e tendências em design gráfico descritas por Roam (2008) e Costa (1998).

Conteúdos verbais: linguagem textual, narrativa, discurso e mensagens descritas conforme Kaviani e Salehi (2022) e Beard (2022).

Tipos de conteúdo/Temática proposta: pauta defendida na postagem.

Para a aplicação dessa análise, foram considerados apenas as últimas 3 publicações de cada um dos perfis selecionados. Dessa forma, foram desconsideradas as postagens fixadas e as mais recentes que continham apenas memes, vídeos ou imagens únicas.

Para explorar como esses conceitos são aplicados na prática, esta análise aborda três perfis populares que utilizam infográficos em carrossel para temas variados, como saúde mental e consumo consciente.

4.1 @obvius.cc

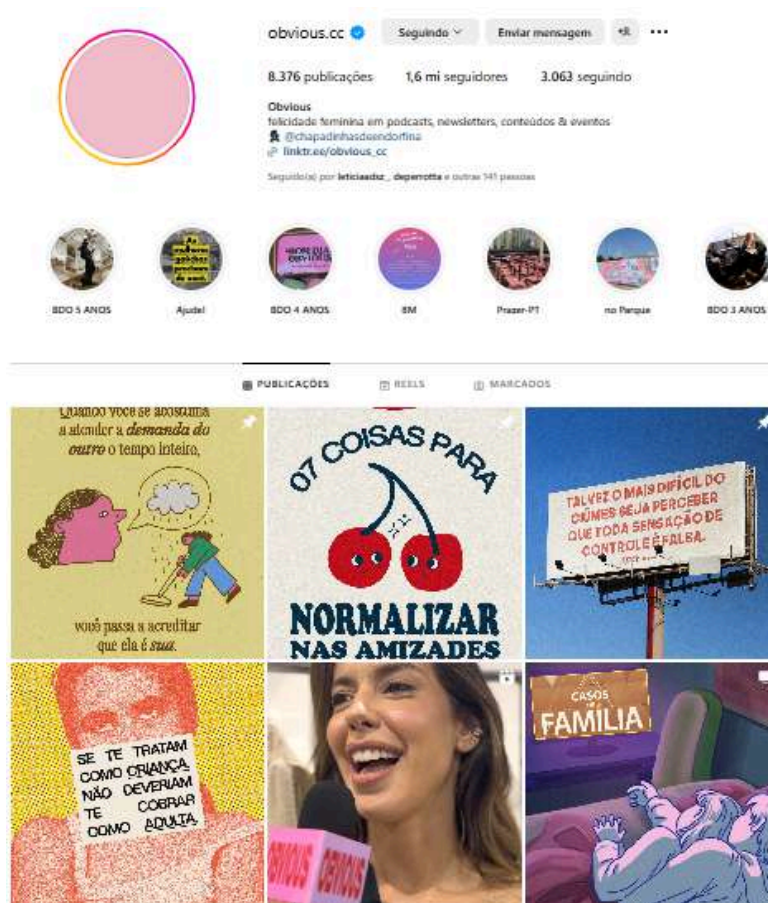
A Obvious Agency, fundada em 2015 por Marcela Ceribelli, atual CEO e Diretora Criativa, é uma agência de publicidade e marketing voltada às narrativas femininas, segundo o site Mercadizar (2020). Os serviços da Obvious envolvem todo o processo de criação de conteúdo, desde a direção criativa até o plano de comunicação. Através dessa abordagem, a agência busca ressignificar as formas de comunicação com o público feminino, criando conexões autênticas e impactantes.

Essa visão se reflete no perfil da agência @Obvious.CC no Instagram, que conta com 1,6 milhão de seguidores. Criado com o objetivo de oferecer conteúdos reais e inspiradores, o perfil rapidamente se destacou como um ponto de encontro significativo para a comunidade que a agência estava construindo.

Inicialmente, o perfil da agência na plataforma era apenas um portfólio. Como Marcela Ceribelli descreveu: "Mirei no portfólio e acertei na comunidade" (Ceribelli, 2019). Com o aumento significativo do engajamento, o perfil se transformou em um espaço de conexão genuína entre os seguidores da marca, fortalecendo a identidade da Obvious como uma agência que não apenas cria conteúdos, como também constrói comunidades. "Nasceu uma comunidade, com vida própria; de repente viralizamos e não tem volta. A Obvious é nosso primeiro case: construímos

comunidades e conteúdos relevantes a ponto de gerar mídia espontânea" (Ceribelli, 2019).

Figura 09 - Perfil da Obvious.CC no Instagram



Fonte: autor (2024)

Para além desse perfil, a empresa criou um ecossistema próprio de diferentes produtos midiáticos, como o podcast "Bom dia, Obvious", onde Marcela Ceribelli recebe convidadas para conversas abertas sobre assuntos atuais do universo feminino: saúde mental, autocuidado, carreira, autoestima, novas curas, relacionamentos e outros (Spotify, 2024). Há também outras marcas que estão sob o "guarda-chuva" da empresa, como "Prazer Obvious", que aborda o prazer feminino, e "Chapadinhas de Endorfina", dedicada a conteúdos sobre exercícios físicos. Esta última possui seu próprio perfil no Instagram, com 533 mil seguidores, engajando uma comunidade interessada em bem-estar e atividade física. Além desses meios, a Obvious também explora suas marcas através de newsletters.

Para criar seus conteúdos, Marcela Ceribelli (2019) afirma que a Obvious segue uma linha editorial inspirada em revistas, com uma estratégia em três etapas, focada nos temas de autoconhecimento, autocuidado e empoderamento. A abordagem da agência valoriza a originalidade, buscando não se basear no que outros estão fazendo e incorporando temas sociais atuais à sua comunicação. "Nada sai se não for muito lindo e se não remeter à felicidade feminina, junto com diversidade. O lindo é essencial, pois a Obvious é uma experiência visual desde que nasceu como portfólio" (Ceribelli, 2020). Entre os principais tópicos tratados na página do Instagram, destacam-se signos, saúde mental, autoestima, música e feminismo, sempre com a predominância da cor rosa em sua identidade visual (Mercadizar, 2020).

Por essa ser uma pesquisa com limitações, não serão abordadas na análise todas as submarcas e multimídias da empresa, tendo como foco apenas no perfil principal do instagram com maior número de seguidores, o "Obvius.cc".

Quadro 1 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 1 selecionada.

		
Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
24/10/2024	Carrossel com 6 imagens.	Como o escritor Alain de Botton explica, "estamos fazendo o maior favor possível aos nossos amados emburrados quando decidimos encarar seus ataques como fariamos como se fossem crianças. Estamos sempre conscientes que pode ser condescendente tratar



obvious.cc

obvious.cc • Como o escritor Alain de Botton explica, "estamos fazendo o maior favor possível aos nossos amigos emburrados quando decidimos encarar seus ataques como fofinhos como se fossem crianças. Estamos sempre conscientes que pode ser condescendente tratar alguém como mais jovem do que é, por isso esquecemos que pode ser um privilégio que alguém enxergue além da nossa individualidade adulta para lidar com a criança decepcionada, furiosa e incapaz que está por trás dela, e perdoá-la."

3 de 1 - Ver tradução

julianantonioasilva: Eu sempre sou a favor de uma comunicação sincera e clara

Como psicóloga te digo: você nunca vai se arrepender de sair de um relacionamento ou de uma situação ruim se você sabe que foi sincera com o outro, se você sabe que não deixou pontos sem ir.

"As mais certas coisas são muito óbvias não precisam ser ditas", concordando com você! Mas ao mesmo tempo, algumas coisas são óbvias pra você e não pro outro.

150 Curtido por lamastulla e outras pessoas há 3 dias

Adicione um comentário...



obvious.cc

SE VOCÊ NÃO COMUNICAR O QUE ESTÁ SENTINDO, NINGUÉM VAI CONSEGUIR ADIVINHAR.



obvious.cc

A promessa da compreensão implícita

A um ideal infantil de que alguém seria capaz de nos entender 100%, ter a mente das nossas palavras, captar nossos sentimentos sem que a gente precise malhar o peito.



obvious.cc

Só que, mesmo sendo um ideal infantil, aparece também na vida adulta: sabe aquela birra que você nem sabe explicar direito?

OU POR SE SABER, NÃO QUERO EXPLICAR!



obvious.cc

ATÉ OS MAIS ELOQUENTES DE NÓS PODEM PREFERIR NÃO EXPLICAR AS COISAS QUANDO EXISTE O RISCO DE QUE O PARCEIRO NÃO SEJA CAPAZ DE NOS ENTENDER DA FORMA ADEQUADA."

-Alain de Botton



obvious.cc

?

É UM PRIVILÉGIO TER ALGUÉM QUE ENXERGUE ALÉM DA SUA INDIVIDUALIDADE ADULTA PARA LIDAR COM A CRIANÇA POR TRÁS DELA - E PERDOÁ-LA"

O mais de não ser compreendido dentro porque sabemos que se não quando não podemos não explicar podemos ter coisas que somos de não entendidos.



obvious.cc

É UM PRIVILÉGIO TER ALGUÉM QUE ENXERGUE ALÉM DA SUA INDIVIDUALIDADE ADULTA PARA LIDAR COM A CRIANÇA POR TRÁS DELA - E PERDOÁ-LA"

-Alain de Botton

alguém como mais jovem do que é, por isso esquecemos que pode ser um privilégio que alguém enxergue além da nossa individualidade adulta para lidar com a criança decepcionada, furiosa e incapaz que está por trás dela, e perdoá-la."

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: aqui, é possível notar o uso de infografia “iluminista” (COLLE, 2004) ou pela definição de Kanno (2013), “ARTE-texto”. A publicação apresenta informações de maneira visualmente estruturada, usando o design para destacar e organizar o conteúdo.

Kanno argumenta que, mesmo com predominância de texto, esses infográficos cumprem uma função essencial: realçam informações específicas e criam movimento na diagramação, contrastando com a estrutura de texto comum e promovendo uma leitura mais fluida e envolvente.

Conteúdos visuais: há ilustrações digitais e texto, onde o fundo da imagem varia na utilização das cores verde escuro, marrom e termina com cinza, enquanto as ilustrações dos rostos e do balão utilizam azul, rosa e detalhes em marrom.

Conteúdos verbais: o post possui uma narrativa que utiliza a linguagem para criar proximidade com a audiência. As mensagens são escritas em um tom quase conversacional, explorando sentimentos e experiências universais, como incompreensão e empatia, o que facilita a identificação do público.

Os slides funcionam como reflexões fragmentadas que, juntas, formam uma mensagem reforçando o impacto emocional e incentivando o leitor a refletir sobre o tema.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem aborda a importância da comunicação clara para evitar mal-entendidos e promover relacionamentos saudáveis, incentivando a expressão de sentimentos e a empatia no entendimento mútuo.

Quadro 2 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 2 selecionada.

Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
22/10/2024	Carrossel com 6 imagens.	Já salva pra ler de novo depois.

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: novamente, é possível notar o uso de infografia “iluminista” (COLLE, 2004) ou pela definição de Kanno (2013), “ARTE-texto”. Mas ao contrário da publicação analisada anteriormente, nesse caso quase todos os “slides” são acompanhados de uma ilustração.

Além disso, ao final, existe uma chamada para ação através de três perguntas - o que, como citado anteriormente, é uma característica desse formato de infográfico no instagram.

Conteúdos visuais: mais uma vez, nota-se a presença de ilustrações digitais e texto, onde a utilização das cores varia entre verde claro, preto e vermelho. Existe um uso intencional do vermelho para ilustrar os sintomas e o verde para significar o momento presente, de encontro ao que Roam (p.72, 2008) define como um atributos visual precognitivo, uma vez que “nossos olhos imediatamente notam diferenças de cor e presumem agrupamentos com base na cor”.

Conteúdos verbais: a linguagem verbal da postagem segue os princípios de Kanno (2013), com estrutura clara e precisa que facilita a compreensão. Cada slide apresenta uma ideia central em frases curtas e diretas, evitando informações excessivas e promovendo uma leitura fluida. O discurso é reflexivo e acessível, convidando o leitor à introspecção.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem aborda autoconhecimento e saúde emocional, incentivando o seguidor a reconhecer e refletir sobre mecanismos de defesa formados na infância que impactam a vida adulta, promovendo uma jornada de autocompreensão e crescimento pessoal.

Quadro 3 – @obvious.cc análise simples da postagem n° 3 selecionada.

Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
15/10/2024	Carrossel com 6 imagens.	() não () sim () às vezes () sempre

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: esse post também utiliza o formato de infografia "ARTE-texto" descrito por Kanno (2013), combinando texto com ilustrações e fotos vintage que reforçam o conceito de performance e identidade. Em cada slide, há uma combinação de frases destacadas e imagens, criando uma narrativa visual atrativa que explora o tema de forma lúdica.

Conteúdos visuais: a postagem faz uso de cores vibrantes, como amarelo e rosa, com contrastes marcantes de preto e tons quentes, para atrair a atenção e reforçar o tom de autoexploração. As escolhas de cores acabando criam um efeito visual forte e reforçam a dualidade entre "autovalidação" e "autodistorção".

Ao contrário das duas publicações anteriores, nesse caso são utilizadas fotografias para a composição dos slides. Também apenas nesse caso, vemos o uso de fontes diferentes, contrastando entre si.

Conteúdos verbais: a linguagem verbal segue o princípio de clareza e precisão de Kanno (2013). Cada slide apresenta uma frase impactante e concisa,

explorando o tema da autenticidade versus performance e incentivando uma reflexão sobre a identidade e os papéis sociais, especialmente na perspectiva feminina. A narrativa é introspectiva e acessível, com uma linguagem envolvente que se conecta com o público-alvo de maneira direta e reflexiva.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem explora a autenticidade versus a performance social, especialmente na sedução e identidade feminina, incentivando o equilíbrio entre autovalidação e a criação de versões de si para agradar ou proteger, e convida o usuário a refletir sobre o impacto disso na autoestima e nos relacionamentos.

Dessa forma, olhando para a análise das três publicações, podemos notar o padrão de uso de ilustrações e fotografias aliadas a textos. Embora essas publicações selecionadas para análise tenham apresentado o mesmo tipo de infografia, foram utilizados outros formatos em posts mais antigos, porém ainda no mês de outubro de 2024.

Figura 10 - @obvious.cc exemplo de uso de outros formatos de infografia

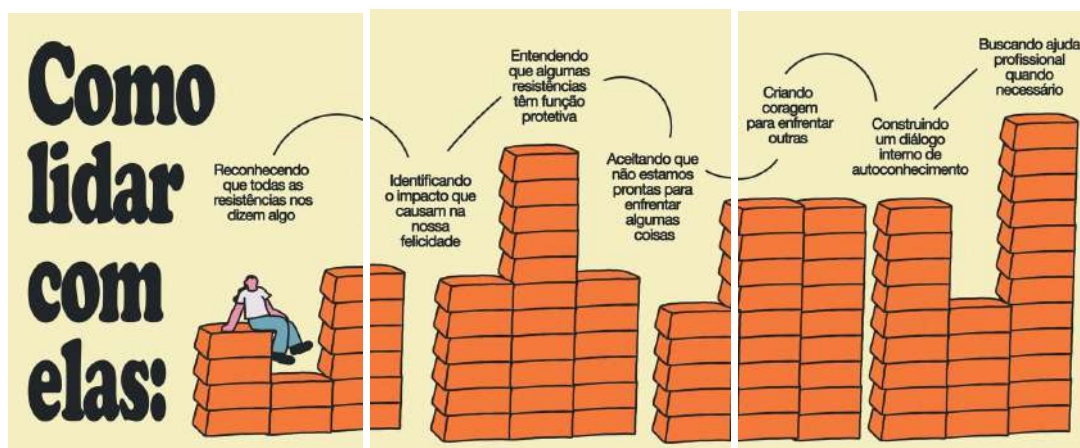


Fonte: autor (2024)

Na publicação sobre resistências emocionais, realizada dia 10 de Outubro de 2024, o conteúdo é estruturado como uma sequência ilustrada que utiliza a metáfora de um muro para representar as barreiras internas. No primeiro slide, a resistência é apresentada como um muro de defesa emocional, enquanto, no slide seguinte, cada "tijolo" desse muro representa um exemplo específico de resistência, como

procrastinação, perfeccionismo e isolamento, mostrando de forma visual como esses elementos individuais se combinam para construir uma barreira maior.

Figura 11 - @obvious.cc continuação do exemplo de uso



Fonte: autor (2024)

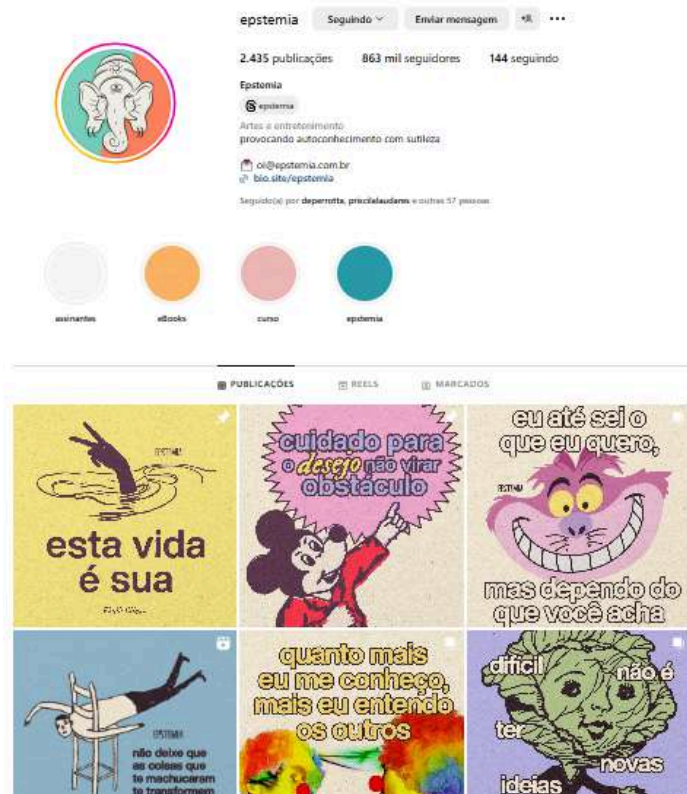
Na sequência, o post oferece dicas práticas para enfrentar essas barreiras emocionais, utilizando a metáfora do muro de forma dinâmica, construindo um infográfico espaço-temporal para isso. Cada sugestão é posicionada de maneira que simula o movimento de "escalar" ou "transpor" os tijolos das resistências, simbolizando o processo de superação. A organização do texto e as linhas que os conectam reforçam a sensação de fluxo e progresso.

4.2 @epstemia

O perfil **Epstemia** (@epstemia) no Instagram, criado em 2019 por Caio Batista e um coletivo de artistas, é descrito como uma “marca de educação e entretenimento” voltada ao desenvolvimento pessoal. Inspirado no conceito grego de "episteme", que representa o conhecimento verdadeiro, Epstemia visa promover autoconhecimento e transformação espiritual através da arte, sendo um “suporte para o novo mundo”.

Com mais de 863 mil seguidores, a página se baseia em experiências da equipe e de seguidores para abordar temas como identidade e desafios emocionais (O Globo, 2023).

Figura 12 - Perfil Epstemia no Instagram



Fonte: autor (2024)

Inicialmente, um projeto musical de cunho filosófico, Epstemia expandiu-se, organizando-se em torno dos elementos da natureza: fogo, água, terra e ar, como pilares de desenvolvimento pessoal. Esse simbolismo traduz a missão da marca de incentivar a autorresponsabilidade e a autovalidação, convidando seus seguidores a refletir sobre questões internas em um ambiente acolhedor e transformador (Simboralá, 2022).

Quadro 4 – @epstemia análise simples da postagem n° 1 selecionada.



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: o post utiliza o formato de infográfico estilo "ARTE-texto" (Kanno, 2013), caracterizado pela integração entre texto e ilustrações para comunicar ideias de forma visualmente envolvente.

No último slide, há uma chamada para ação, incentivando o seguidor a refletir sobre sua própria saúde mental e a buscar mais informações no link da bio – um convite comum nesse tipo de infográfico, que visa engajar e fomentar a interação.

Conteúdos visuais: aqui, houve o uso misto entre ilustração e imagens. O slide de abertura e fechamento utiliza ilustração, enquanto os demais slides fazem uso de fotografias numa estética mais retrô e que estão diretamente relacionadas à frase que acompanham. Por exemplo, ao comparar a mente humana à um computador, os slides 2 e 3 trazem fotografias com esse elemento presente.

Conteúdos verbais: os slides são compostos com frases curtas e impactantes que facilitam a leitura e a compreensão rápida – um formato que se

alinha bem com o consumo de conteúdo no Instagram, onde o leitor costuma dedicar poucos segundos a cada slide (HUANG E BENYOUCEF, 2017).

Tipos de conteúdo/Temática proposta: o post utiliza a metáfora de uma “faxina mental” constante para abordar autocuidado e saúde mental, incentivando o seguidor a manter uma rotina de manutenção emocional para evitar sobrecarga e estresse acumulado. O perfil aproveita a temática para ofertar uma ação que está promovendo.

Quadro 5 – @epstemia análise simples da postagem n° 2 selecionada.

		
Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
17/10/2024	Carrossel com 5 imagens.	<p> você tem, sim, o poder de interferir no destino da sua existência 😊 confia em você, sutil! e vem pro ateliê de clareza mental para aprender a processar e direcionar seus pensamentos de forma saudável 🧠☀️ é amanhã! não perde 🧠 comenta “OFICINA” aqui para receber o link de inscrição. </p>

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: este post mais uma vez utiliza um formato de infografia estilo "ARTE-texto" (Kanno, 2013), que combina texto e ilustrações para comunicar ideias de forma visual e acessível. Cada slide apresenta uma reflexão sobre a natureza dos pensamentos e das emoções, trazendo metáforas visuais que

reforçam o conteúdo textual. No penúltimo slide, há uma chamada para ação, convidando o seguidor a participar de uma "oficina de clareza mental".

No último slide, o post rompe com o padrão de texto acompanhado por imagens e se destaca ao utilizar uma ilustração simbólica: uma figura escalando e outra nadando em uma piscina colorida, representando simbolicamente “bons” ou “maus” tempos. Em vez de definir explicitamente o que cada cenário representa, o post usa a frase “esteja aqui” para ambos, deixando que o leitor interprete o significado de “aqui” a partir da imagem. Assim, ao utilizar representações visuais, os espectadores não apenas percebem a imagem, como participam ativamente do processo de geração de insights. (Roam, 2008).

Conteúdos visuais: essa postagem, diferente da anterior, faz uso somente de ilustrações, com paleta de cores em tons pastéis de roxo, amarelo e bege. No entanto, existe uma presença maior de texto nesse caso, onde o uso de ilustração ocorre apenas nos slides 1, 2 (somente um traçado) e 5.

Conteúdos verbais: os slides são compostos também por frases curtas e diretas que facilitam a leitura rápida e a compreensão da mensagem, que são citações de outras pessoas, alinhando o seu formato ao consumo rápido da rede social.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem explora a saúde mental e a impermanência dos pensamentos, incentivando o usuário a praticar desapego emocional.

Quadro 6 – @epstemia análise simples da postagem nº 3 selecionada.





Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
14/10/2024	Carrossel com 6 imagens.	<p>muitas vezes a gente trava simplesmente por não conseguir lidar com ideias contraditórias na mente 🤯</p> <p>prepare-se para participar do ateliê 🧐☀️ os antídotos que traremos são formas práticas — que você poderá usar no dia a dia — de lidar com seus próprios sentimentos e pensamentos.</p> <p>reserve seu lugar no link do nosso perfil ➡️</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: este post mais uma vez utiliza um formato de infografia estilo "ARTE-texto" (Kanno, 2013). Cada slide apresenta uma mensagem reflexiva com o apoio de ilustrações que facilitam a compreensão intuitiva.

Conteúdos visuais: essa postagem, como a anterior, faz uso somente de ilustrações, com paleta de cores em tons pastéis de verde, roxo, bege, azul e laranja.

Conteúdos verbais: os slides seguem compostos por frases curtas e diretas. Em vez de ditar instruções, o tom é convidativo e encoraja a autoexploração no tempo e ritmo de cada leitor.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem explora saúde mental e incentiva o usuário a utilizar os momentos de confusão mental como aprendizado, sem julgamentos.

Analisando as três publicações da Epstemia, observamos um padrão consistente no uso de ilustrações com uma estética retrô e uma paleta de cores suave, que acompanha textos reflexivos sobre autoconhecimento e saúde mental. Embora as publicações sigam o mesmo estilo de infografia, o perfil explora diferentes abordagens visuais para facilitar a introspecção e o engajamento do público com temas complexos de forma leve e intuitiva.

4.3 @thesummerhunter

O The Summer Hunter foi fundado em junho de 2014 por Ricardo Moreno com o objetivo de capturar um estilo de vida de "verão eterno" — uma metáfora que reflete a ideia de viver intensamente o presente. Criada inicialmente como uma plataforma digital, a marca cresceu especialmente no Instagram, onde combina conteúdos visuais e editoriais, mantendo um equilíbrio entre parcerias comerciais e um tom leve e inspirador. Segundo Moreno, o perfil se diferencia ao oferecer jornalismo de qualidade, essencial para captar o público jovem e engajado (Fast Company Brasil, 2024).

Com um foco em comportamento, cultura e tendências urbanas, para Ricardo Moreno (2024) o The Summer Hunter se consolidou ao capturar uma atmosfera autêntica e aspiracional, aproximando-se de temas mais complexos nos últimos anos, como saúde mental e bem-estar. Em sua entrevista para a Fast Company, ele ainda acrescenta que:

Diferente de um creator, de um influenciador, temos a vantagem de sermos uma plataforma. O The Summer Hunter não tem uma cara específica. Somos mais de 10 pessoas trabalhando para produzir conteúdo de segunda a domingo. O fato de sermos jornalistas de formação também nos dá uma vantagem, pois fomos treinados para produzir conteúdo diariamente – ou você já viu algum dia que o Jornal Nacional não foi ao ar por falta de notícia? Todo dia a gente tem que publicar algo novo. Não tem tempo para crise existencial.

Figura 13 - Perfil @thesummerhunter no Instagram



Fonte: autor (2024)

Além do Instagram, o The Summer Hunter tem newsletter, podcast, site, revista impressa e, mais recentemente, fez um evento. Isso pode justificar o público variado e engajado que acompanha Moreno. Segundo ele, “é importante dizer que nosso público é bem variado, ainda que a faixa etária seja parecida em todos eles”. Em seu perfil, existe uma forte concentração do público nas faixas etárias de 25 a 34 anos, o que representa quase metade (45%) dos cerca de 10 milhões de pessoas alcançadas mensalmente. Já a faixa etária de 35 a 44 anos, corresponde a 30% da audiência (Fast Company Brasil, 2024).

Quadro 7 – @thesummerhunter análise simples da postagem n° 1 selecionada.

Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
27/10/2024	Carrossel com 11 imagens.	Zoar alguém com afeto rende boas risadas, fortalece conexões e ajuda a construir intimidade. Mas as piadas podem ser mal interpretadas, magoar e minar relacionamentos. Aqui, a gente discute a fronteira entre as brincadeiras saudáveis e as piadas de mau gosto.

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uso de infografia: este post usa o que Colle (2004) descreve como infografia “iluminista” ou, na definição de Kanno (2013), “ARTE-texto”. O design gráfico da publicação visa tornar as informações mais acessíveis e cativantes. Mesmo que o texto tenha grande predominância, a diagramação colorida e dinâmica ajuda a manter o engajamento visual e facilita a leitura. Elementos visuais como ilustrações e gráficos reforçam as mensagens principais, adicionando ênfase e clareza ao conteúdo.

Conteúdos Visuais: os slides apresentam um fundo em cores vibrantes e contrastantes, incluindo amarelo, azul, verde, e rosa, que ajudam a destacar as

informações e manter a atenção do leitor. As ilustrações usadas nos slides remetem a alvos de arco e flecha, sugerindo que há precisão e intenção na "zoação" entre amigos. Esses elementos visuais simbolizam as "brincadeiras" como algo que pode tanto conectar quanto magoar. As setas e alvos são metáforas visuais que transmitem a ideia de que a comunicação e o humor podem ter impactos positivos e negativos, dependendo do contexto e da receptividade do alvo.

Conteúdos verbais: o texto utiliza uma linguagem bastante informal e próxima ao leitor. Há o uso de perguntas retóricas que incentivam a reflexão, como "Vale perder o amigo para não perder a piada?". Esse tom reflexivo e quase pedagógico facilita a identificação e a empatia do público, pois toca em experiências reais e cotidianas dos usuários.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a postagem aborda o limite entre humor e desrespeito nas amizades, incentivando o público a refletir sobre quando uma brincadeira se torna prejudicial.

Quadro 8 – @thesummerhunter análise simples da postagem nº 2 selecionada.

		
Data da postagem	Formato	Legenda da publicação
20/10/2024	Carrossel com 12 imagens.	<p>O Brasil nunca teve tantos animais de estimação. E, com todo esse amor pelos bichinhos, também floresce um mercado bilionário que atende a uma gama cada vez maior e mais criativa de “necessidades” desses animais. Vivemos a era da obsessão pelos pets? O que está por trás disso?</p> <p>Saiba mais: Crescimento do mercado pet e oportunidade de negócio (Sebrae); Brasil supera 160 milhões de pets (Veja); Are We Loving Our Pets to Death? (The New York Times)</p>

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Uso de Infografia: a publicação utiliza infografia no estilo “iluminista” descrito por Colle (2004), ou “ARTE-texto” como apontado por Kanno (2013), para transformar dados e informações em uma narrativa visualmente cativante.










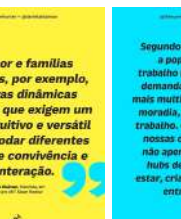


No entanto, as informações numéricas deveriam ter sido explicadas usando gráficos e/ou tabelas. Conforme recomenda Kanno (p.68, 2013), para a infografia arte-texto “não gaste palavras para mostrar quedas e altas se você tem os números. Use as palavras para contextualizar os dados”.


Conteúdos Visuais: o post faz uso das ilustrações, como personagens cuidando de pets. As cores continuam vibrantes, em tons de amarelo, azul, rosa, e verde.

Conteúdos verbais: o texto adota um tom didático e acessível, abordando o crescimento do número de pets e a humanização desses animais, trazendo dados para dar contexto e incentivar uma reflexão crítica sobre o vínculo emocional entre humanos e animais.

Tipos de conteúdo/Temática proposta: a publicação aborda a "obsessão" pelos pets de forma crítica, relacionado a fatores sociais como solidão e envelhecimento. Sugere uma abordagem consciente sobre o cuidado e a adoção de pets, incentivando um equilíbrio saudável entre amor e respeito às necessidades dos animais.

Quadro 9 – @thesummerhunter análise simples da postagem n° 3 selecionada.

						
						
Data da postagem	Formato	Legenda da publicação				

		
17/10/2024	Carrossel com 11 imagens.	<p>Crise climática, problemas de saúde mental, adaptações no trabalho, turbulências sociais: estamos vivendo um momento de mudanças profundas, que também interferem na forma como nos relacionamos com a nossa casa. Junto com a futurista, palestrante e consultora @danielaklaiman, que escreveu um artigo sobre o assunto no MIT Sloan Management Review, a gente reflete sobre o futuro do morar.</p> <p>Saiba mais: O futuro do morar é muito mais sustentável, tecnológico e colaborativo (Daniela Klaiman, MIT Sloan Management Review)</p>

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Uso de Infografia: a publicação utiliza o estilo "iluminista" de Colle (2004) ou "ARTE-texto" de Kanno (2013). Novamente, ao contrário do que o autor recomenda, são apresentados dados numéricos sem utilizar gráficos e/ou tabelas.

Conteúdos Visuais: as cores seguem o padrão do perfil, sendo vibrantes, e também há o uso de ilustrações simples de casas, árvores e nuvens que reforçam a ideia de sustentabilidade, criando contraste e auxiliando na clareza da mensagem.

Conteúdos Verbais: a linguagem é próxima e reflexiva, com uso de dados e termos como "sustentabilidade" e "projeto coletivo" para incentivar a reflexão crítica sobre moradia e meio ambiente.

Tipos de Conteúdo/Temática Proposta: a postagem aborda o futuro da moradia, destacando sustentabilidade, inovação e convivência colaborativa. Além disso, explora o uso de tecnologia e de novas abordagens habitacionais para promover o bem-estar e a resiliência social e ambiental.

Analisando as três publicações, identificamos um padrão que combina infografia "iluminista" e "ARTE-texto" para tornar informações complexas mais acessíveis e envolventes. Todas as postagens utilizam cores vibrantes, possivelmente alinhadas ao conceito da plataforma de buscar uma sensação constante de "verão". As ilustrações são poucas e mantêm um estilo simples.

Mas ao reunir essas análises e comparar os três perfis apresentados e o modo como cada um deles utiliza os infográficos, é possível perceber que todos aderiram a abordagens semelhantes em termos de design, linguagem e público-alvo, porém cada um com uma estratégia própria para engajamento e transmissão de mensagens.

O perfil da Obvious Agency utiliza uma abordagem de infográficos caracterizada por "ARTE-texto" (Kanno, 2013) e uma linguagem visual bem definida, centrada no universo feminino e em temas como autoconhecimento, autocuidado e empoderamento. A estética é frequentemente em tons de rosa e outras cores quentes, criando um ambiente visual acolhedor e, ao mesmo tempo, chamativo. Ainda falando de estética, o perfil também costuma explorar outros formatos de infografia para além da arte-teto. Assim, a Obvious busca uma experiência visual que evoca "felicidade feminina" e diversidade, com conteúdo geralmente orientado a narrativas de identificação e autovalidação. O tom do texto é pessoal e conversacional, incentivando um diálogo emocional e engajamento comunitário. A maioria dos posts também apresenta uma chamada para ação, visando fortalecer a interação e a reflexão entre os seguidores.

Embora o perfil exemplifique a democratização da informação ao proporcionar acesso a conteúdos que promovem a autoexploração e o autocuidado,

as três publicações analisadas carecem de fundamentação teórica e referências verificáveis. O recurso mais recorrente é a citação de figuras influentes no tema, como observado na publicação 01. No entanto, essas figuras nem sempre possuem formação acadêmica específica na área, o que pode comprometer a profundidade e a precisão dos discursos apresentados, tornando-os potencialmente superficiais ou carentes de validade científica.

O perfil @epstemia adota uma abordagem estética que combina infográficos com ilustrações artísticas, com o objetivo de promover o autoconhecimento e o desenvolvimento pessoal. Contudo, a utilização do formato infográfico permanece, predominantemente, restrita a esse estilo, limitando a diversificação do recurso visual. Em relação à linguagem, embora o perfil empregue um tom acolhedor e recorra a metáforas visuais, como "faxina mental", a simplificação excessiva de temas complexos pode contribuir para a banalização do conteúdo.

Essa problemática é agravada pela falta de fundamentação em fontes acadêmicas ou referências confiáveis, além da ausência de estímulo para o aprofundamento dos temas discutidos. Assim, ainda que o perfil @epstemia se proponha a democratizar o conhecimento, certas abordagens podem levar a uma trivialização das questões emocionais, ao simplificar de forma excessiva suas múltiplas nuances.

O perfil @thesummerhunter, embora siga uma tendência estética e de uso de infográficos similar aos demais perfis analisados, apresenta uma abordagem mais aprofundada em seus conteúdos. As publicações analisadas se destacam não apenas pela maior quantidade de slides em cada uma, mas também pelo uso consistente de dados e referências acadêmicas, conferindo maior veracidade e fundamentação às informações apresentadas. Essa prática contribui para uma abordagem mais informativa e precisa, diferenciando o perfil dos demais.

No entanto, em relação à estética das postagens, recomenda-se, para alinhar melhor o estilo dos infográficos aos princípios defendidos pelos autores estudados, a redução da quantidade de texto corrido, a incorporação de elementos visuais adicionais e a apresentação dos dados por meio de tabelas ou gráficos. Tais mudanças poderiam facilitar a assimilação do conteúdo e aumentar sua atratividade

visual, promovendo uma experiência de aprendizagem ainda mais acessível e envolvente para o público.

A análise dos três perfis revela que, enquanto todos utilizam infográficos para disseminar informações e criar engajamento, o impacto do conteúdo varia significativamente. Portanto, a utilização de infográficos, embora potencialmente uma ferramenta de democratização da informação, pode, dependendo da abordagem e do contexto, levar à banalização do conteúdo. Essa dinâmica é crucial para se considerar ao avaliar o papel da comunicação visual nas redes sociais e sua influência sobre a percepção pública de temas sociais e emocionais.

5. INFOGRÁFICOS NO INSTAGRAM: DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO OU BANALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO?

Os infográficos no Instagram surgiram como um fenômeno de bastante influência na comunicação digital, caracterizados por suas cores vibrantes, o formato em carrossel e linguagem acessível. Esses elementos juntos têm o objetivo de simplificar informações complexas, possibilitando uma comunicação que seja mais direta e também envolvente. No entanto, com tantos perfis e tantos posts utilizando esse formato e, com isso, a sua popularidade cada vez maior, levanta uma questão fundamental: os infográficos no Instagram contribuem para a democratização do acesso ao conhecimento ou acabam por banalizar informações importantes?

De acordo com Kanno (2013), os infográficos são uma ferramenta essencial para a comunicação mais eficiente, porque eles destacam informações específicas e promovem uma compreensão das temáticas mais fluidas, diferente de uma estrutura tradicional composta só por texto. Assim, faz sentido considerando o que é visto no Instagram, onde os carrosséis são usados para transmitir ideias de forma fácil e acessível, sem exigir um investimento muito grande de tempo dos usuários para que compreendam o assunto abordado (Schreiber, 2024). Esses carrosséis tornam possível, por exemplo, que movimentos sociais como o Black Lives Matter alcancem uma audiência maior, gerando engajamento e promovendo a conscientização sobre questões importantes (Chang, Richardson e Ferrara, 2022).

Kaviani e Salehi (2022) argumentam que infográficos funcionam como uma “ponte entre frames de ação”, permitindo que movimentos étnicos nos EUA apresentem informações complexas de maneira compreensível e visualmente apelativa. Essa capacidade de resumir e ilustrar ideias é fundamental para ampliar o alcance de mensagens que, em outro formato, poderiam ser ignoradas pelo grande público. Segundo Dumitrica e Hockin-Boyers (2023), o “ativismo de slides” é um exemplo de como os infográficos no Instagram se tornaram uma ferramenta poderosa para educar e mobilizar a população, contribuindo para a construção de uma identidade ativista digital, onde o público sente que participa de algo maior ao compartilhar informações relevantes.

Por outro lado, apesar do potencial democratizador, a questão que surge é se esse formato de infografia está, de fato, democratizando o acesso ao conhecimento ou se está apenas criando uma percepção superficial de informações complexas. Beard (2022) discute como a estética visual dos infográficos no Instagram muitas vezes encobre a profundidade dos conteúdos tratados, levando a um consumo rápido e, muitas vezes, sem o devido questionamento. A apresentação visual apela ao público, mas não necessariamente gera uma compreensão real ou engajamento crítico com o conteúdo. Assim, o apelo visual pode acabar gerando uma compreensão limitada dos assuntos abordados, privando o espectador de uma análise mais profunda, em detrimento de um consumo rápido e superficial, sem que o público se engaje criticamente com o tema.

Ademais, o risco de disseminação de fake news é elevado, uma vez que muitos infográficos são produzidos sem o respaldo de fontes confiáveis ou até mesmo sem alguma garantia de que as informações apresentadas foram verificadas. Segundo Salzano (2021), a falta de referências adequadas é um problema crítico que contribui para a propagação de desinformação, especialmente em uma plataforma digital onde o conteúdo é compartilhado rapidamente e consumido de forma pouco crítica. Schreiber (2024) também destaca que a ausência de fontes claras reduz a credibilidade dos infográficos, o que, somado à estética chamativa, pode fomentar a disseminação de informações falsas, exacerbando a desinformação.

A questão da acessibilidade também é abordada por Sato (2017), que discute a infografia como um meio eficaz de popularização da ciência e do conhecimento acadêmico. No Instagram, vemos essa dinâmica replicada em páginas que buscam democratizar conteúdo científico. No entanto, ao transformar um assunto muito complexo em um formato mais visual e acessível, existe o risco de acabar excessivamente simples, o que pode comprometer a precisão das informações (Sato, 2017). Assim, embora o formato tenha o potencial de ampliar o acesso ao conhecimento, ele também pode ocultar informações em prol da popularidade, informações essas que precisam constar para gerar uma compreensão mais aprofundada.

Outro aspecto a ser considerado é o equilíbrio entre a estética e a informação. Nos infográficos do Instagram, o desafio é encontrar um equilíbrio entre estética e informação, para evitar que ficar “bonito” se sobreponha à qualidade do conteúdo presente. Quando o foco se torna a beleza e a estética ao invés da informação, aumenta o risco de comprometer o papel educativo da postagem e transforma a infografia em uma mera escolha estética, sem nada realmente significativo (Panizza, 2004).

Outra perspectiva relevante é a discutida por Salzano (2021), que descreve a participação tecnoliberal promovida por infográficos em movimentos como o Black Lives Matter. Ao usar infográficos, o movimento consegue captar a atenção de um público amplo e proporcionar formas de engajamento virtual que transcendem os protestos presenciais. No entanto, esse engajamento muitas vezes não ultrapassa a esfera do "ativismo performático", onde o impacto concreto fora do ambiente digital é reduzido. Nessa perspectiva, o infográfico no Instagram assume um papel ambíguo: enquanto facilita a mobilização, ele também corre o risco de criar uma falsa sensação de participação e impacto social.

Lupton e Phillips (2015) defendem que o design deve estar à serviço da informação, e não o contrário. No contexto dos infográficos do Instagram, isso significa que o foco deve ser comunicar de forma eficiente, sem comprometer a profundidade do conteúdo pela busca por engajamento visual. Dessa forma, a interseção entre visual e textual precisa ser harmônica, garantindo que o visual auxilie na compreensão em vez de apenas atrair a atenção do público, sem que este adquira uma compreensão sólida e crítica do conteúdo apresentado (Lupton & Phillips, 2015).

Apesar dos desafios inerentes, é inegável o papel dos infográficos no Instagram na democratização do acesso à informação. Eles oferecem uma oportunidade única de engajar pessoas que tradicionalmente não se envolveriam com conteúdo acadêmico ou político. Conforme discutido por Chang, Richardson e Ferrara (2022), os carrosséis do Instagram facilitaram o acesso e ampliaram a participação em movimentos sociais, reduzindo barreiras ao engajamento. Ao tornar os tópicos mais acessíveis, os infográficos permitem que indivíduos de diferentes

contextos e formações tenham contato com informações importantes, enriquecendo a esfera pública.

Assim, a discussão sobre os infográficos no Instagram está em constante balanço entre democratização e banalização. Por um lado, o formato possibilita um maior alcance ao grande público e acesso ao conhecimento, facilitando o consumo de informações e gerando reflexões sobre temas complexos. Por outro lado, há um risco real de que, ao priorizar o apelo estético, isso possa comprometer a profundidade, a qualidade e a veracidade das informações. Portanto, é essencial que se busque um equilíbrio que valorize tanto a forma quanto o conteúdo, garantindo que o design não apenas atraia o público, como também contribua efetivamente para a compreensão crítica e o engajamento social.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora os infográficos não sejam novos e há muito tempo se provam como sucesso para a divulgação de assuntos complexos, sejam jornalísticos ou científicos, a sua utilização no Instagram pode ser considerada uma forma revolucionária de comunicação digital, especialmente em um cenário onde o tempo e a atenção do público são cada vez menores e mais difíceis de serem obtidos. Esses infográficos têm conseguido captar a atenção de audiência grande e tornar informações difíceis mais acessíveis, usando cores vibrantes, linguagem acessível e formatos amigáveis. Contudo, ao analisar a questão de democratização versus banalização, fica claro que o impacto de utilizar esse formato possui uma dualidade.

Por um lado, os infográficos no Instagram demonstram potencial de democratizar o acesso ao conhecimento, permitindo que pessoas de diferentes contextos, locais e até idades tenham contato com temas de relevância social, científica e política. Quando são bem utilizadas, as plataformas digitais acabam se tornando espaços de aprendizado e conscientização. Esse formato também favorece o engajamento e a disseminação mais rápida de informações, algo essencial em tempos de transformação tecnológica e também social. Conforme argumenta Castells (2013), movimentos como o Black Lives Matter ou causas ambientais encontraram nas redes sociais, como o Instagram, uma forma para alcançar milhões de pessoas, gerando discussões importantes e amplificando vozes que foram historicamente marginalizadas.

Por outro lado, toda essa facilidade de produção e acesso acaba acompanhando alguns riscos. Ao apresentar as informações de forma superficial e sem qualquer embasamento de referências confiáveis, a utilização deste formato pode levar a uma compreensão limitada e até mesmo em alguns casos à propagação de desinformação. Também é válido considerar que a pressão por engajamento nas redes sociais muitas vezes leva a uma simplificação das informações, na qual dados e contextos essenciais são deixados de lado em prol de um conteúdo visualmente atraente. Além disso, como argumenta Beard (2022), os usuários que interagem com a infografia no Instagram participam de causas sociais sem que isso de fato acabe se traduzindo em ações concretas no mundo real, ocasionando o chamado "ativismo performático".

Então, essas questões levantadas acima acabam levantando o alerta sobre a real eficácia do engajamento que é gerado pelos infográficos e se eles realmente promovem uma conscientização duradoura ou simplesmente validam uma participação efêmera. Nesse sentido, a intersecção entre estética e conteúdo apresenta desafios significativos. O design deve servir à informação, e não o contrário (SATO, 2017), já que a busca por ser visualmente atrativo não deve comprometer a profundidade e a veracidade das informações. Assim, é fundamental que os criadores e consumidores de infográficos no Instagram busquem um equilíbrio, que valorize tanto a estética quanto o conteúdo, garantindo que as mensagens não apenas atraiam, mas que elas também eduquem e informem de maneira eficaz e assertiva.

Sendo assim, em linha gerais, fica evidente que cabe aos criadores de conteúdo e ao público consumidor o exercício diário de desenvolver um olhar crítico para distinguir informação relevante, com atenção especial às fontes citadas, de uma comunicação apenas estética e simplista. Além disso, também faz-se necessário o questionamento constante do quanto aquele conteúdo está impactando o dia a dia de forma prática, para que não fique um consumo pontual e sem repercussão no médio e longo prazo.

Portanto, promover um consumo crítico e reflexivo, aliado a uma responsabilidade na produção de conteúdo, é essencial para que os infográficos cumpram seu papel educativo e de mobilização social, sem se perder na superficialidade e na desinformação. O futuro do infográfico no Instagram dependerá, portanto, da habilidade de equilibrar estética e conteúdo, para que se consolide como um verdadeiro instrumento de transformação e conscientização na sociedade atual.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BEARD, Avery. **Activism, Aestheticized: Instagram Infographics, Visual Politics, and Online Advocacy**. 2022. Tese de Doutorado. Columbia University.

BROWN, A.; et al. **Engagement strategies in social media: the role of visual content in user interaction**. Journal of Social Media Studies, 2022.

CAIRO, Alberto. **The functional art: an introduction to information graphics and visualization**. Berkeley: New Riders, 2013.

CERIBELLI, Marcela. **Como a Obvious se tornou referência em Narrativas Femininas | #OModeloéNãoterModelo ep.02**. [set. 2019]. Entrevistador: R. Martins. São Paulo: 2019. Entrevista concedida ao canal do YouTube: Share. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=8zFILeeDcNs> >. Acesso em: 21 de setembro de 2024.

CERIBELLI, Marcela. **Marcela Ceribelli - Palestrante - PUSH - O empurrão que falta na sua carreira..** PUSH, 2020. Disponível em: <<https://evento.push.com.br/palestrante/marcela-ceribelli>>. Acesso em: 20 de setembro de 2024.

CHANG, Ho-Chun Herbert; RICHARDSON, Alissa; FERRARA, Emilio. **#justiceforgeorgefloyd: how Instagram facilitated the 2020 Black Lives Matter protests**. PLoS One, v. 17, n. 12, p. e0277864, 2022.

DUMITRICA, Delia; HOCKIN-BOYERS, Hester. Slideshow activism on Instagram: constructing the political activist subject. **Information, Communication & Society**, v. 26, n. 16, p. 3318-3336, 2023.

FARIAS, P. L. Visualizando informações: transformando dados em conhecimento. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, [S. l.], v. 11, n. 3, 2014. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/340>. Acesso em: 27 de agosto de 2024.

FAST COMPANY BRASIL. **5 perguntas para Ricardo Moreno, fundador do The Summer Hunter.** Disponível em:

<https://fastcompanybrasil.com/5-perguntas/5-perguntas-para-ricardo-moreno-fundador-do-the-summer-hunter/>. Acesso em: 29 de Outubro 2024.

GLOBO, O. **Perfis com conselhos psicológicos e reflexões filosóficas fazem sucesso nas redes sociais.** O Globo, 29 jun. 2023. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/ela/gente/noticia/2023/06/perfis-com-conselhos-psicologicos-e-reflexoes-filosoficas-fazem-sucesso-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 17 out. 2024.

HUANG, Z.; BENYOUCEF, M. The effects of social commerce design on consumer purchase decision-making: an empirical study. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 25, p. 40-58, 2017.

KANNO, Mario. **Infografe: como e por que usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente.** São Paulo: Infolide.com, 2013.

KAVIANI, Darya; SALEHI, Niloufar. Bridging action frames: Instagram infographics in US ethnic movements. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 6, n. CSCW1, p. 1-43, 2022.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design.** São Paulo: Cosac Naify, 2. ed., 2015.

PANIZZA, Janaina Fuentes. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual.** São Paulo, p. 254, 2004.

SALZANO, Matthew. **Technoliberal participation: Black Lives Matter and Instagram slideshows.** AoIR Selected Papers of Internet Research, 2021.

SATO, Susana Narimatsu. **A infografia na divulgação científica: um estudo de caso da revista Pesquisa FAPESP.** 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SCHREIBER, Maria. Text on Instagram as emerging genre: a framework for analyzing discursive communication on a visual platform. **Studies in Communication Sciences**, v. 24, n. 1, p. 141-157, 2024.

Simbora lá?. **Marca de desenvolvimento pessoal, Epstemia, aposta na arte como suporte para o mundo melhor**. Simbora lá?, 23 jul. 2022. Disponível em: <https://www.simborala.com.br//marca-de-desenvolvimento-pessoal-epstemia-aposta-na-arte-como-suporte-para-o-mundo-melhor/>. Acesso em: 01 nov. 2024.

WURMAN, Richard Saul. Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão. São Paulo. **Cultura**. 380p, 1991.