

independentemente do seu tamanho. Prende-se com a curiosidade por todas as coisas e pela aprendizagem dos reais critérios jornalísticos.

No que ao NYTimes diz respeito destaca-se claramente a grande redação (30 pessoas) dedicadas à infografia, o campo multidisciplinar, a presença de profissionais de estatística e programação, a prioridade ao jornalismo e a predominância da interatividade. Mas o caso nacional é sintomático de um esforço digno. Com redações depauperadas, em face a uma conjuntura económica de grande debilidade e em consideração pelo atual estado dos meios de comunicação social em geral, poder-se-ia concluir que os meios nacionais fazem um notável trabalho.

A comparação que aqui concretizamos teve como móbil primacial, não uma constatação *tout court* das limitações nacionais, mas uma confirmação da realidade possível, pela inventariação de particularidades e veredas pelas quais os meios nacionais, e profissionais em início de carreira, podem tendencialmente conduzir os seus esforços. Os empenhos de melhoria devem balizar-se sempre nas práticas de excelência.

Infografia nos cibermeios – um vasto territorio por explorar

Tal como reconhecido durante a secção dedicada à pesquisa bibliográfica, a escassez de trabalhos académicos quando está em causa a infografia nos cibermeios, corrobora que quase todas as áreas são territórios inexplorados. Os trabalhos que atualmente existem são prioritariamente técnicos e visam sobretudo o estudo da componente gráfica deste recurso informativo. Por conseguinte, encontramos desde logo uma oportunidade para investigação na tentativa de aferir a quantidade de informação e dados processados pelo NYT, sendo uma forma de alongar o presente estudo. Todavia, encontramos igualmente, como território explorável, a tentativa de entender a infografia atual na multiplicidade de soluções que apresentam para cada informação e como estas adequam os recursos ao tipo de informação que pretendem mostrar. Outra vereda para investigação seria pela análise exaustiva das temáticas predominantes e pela constatação de que tipo de dados estas permitem processar, ou a relação entre o assunto e a estrutura que o suporta.

Obviamente, o estudo que agora terminamos limitou-se aos órgãos de comunicação descritos, mas cibermeios como o jornal El País, a revista Época ou o The Guardian, para mencionar apenas alguns, são considerados similarmente uma referência no campo infográfico digital que seria de toda a conveniência submeter a estudo.

Por último encaramos o manancial informativo presente no NY Times e questionamos se tal manancial informativo não agirá, por vezes, ao desencontro dos objetivos infográficos, enquadrados nos princípios jornalísticos. A observação de tão exaustivos dados leva a perguntar se, a expensas da evolução infográfica, a própria infografia não deixa de ser um género de simplificação informativa, para se converter numa fonte de maior complexidade. É inevitável interrogar em que ponto termina a utilidade prática e a interatividade funcional para cada cidadão e começa uma atividade puramente lúdica que, não sendo errada, nem condenável, pode ter deficiente afinidade com os princípios base do jornalismo e ser mais relacionável com a lógica do passatempo.

As vertentes descritas acima tendem a tornar-se progressivamente mais relevantes e mais completas à medida que os estudos de jornalismo comparado se multipliquem no meio académico. Quanto aos cibermeios portugueses, resta esperar que os estudos sejam mais uma ponte que lhes permita encurtar a distância.

Bibliografia

Almeida Ribeiro, S. (2008). *Infografia de Imprensa história e análise ibérica comparada*. Coimbra: Minerva .

Behrens, C. (2008). *The Form of Facts and Figures* .

Bourdieu, P. (1996). *Sobre a Televisão*. (J. Z. Editor, Ed.) Rio de Janeiro.

Borrás, L. y. (2000). *Infototal, inforrelato e infopincel: nuevas categorías que caracterizan la infografía como estructura informativa*. Obtido em dezembro de 2012, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/17borras.htm>

Cairo, A. (2008). *Infografia 2.0 visualización interactiva de información en prensa* Alamut.

Cairo, A. (s.d.). *A Massive Open Online Course* . *Knight Center for Journalism in the Americas* . Knight Center Texas University.

- Cairo, A. (2009). *Infographis and Cognition*. Visualopolis.
- Cairo, A. (2005). *Sailing To The Future Infographics in the Internet Era*. University of North Carolina at Chapel Hill .
- Cairo, A. (2012). *The Funtional Art*. New Riders.
- Canavilhas, J. (2006). *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Universidade da Beira Interior. www.bocc.ubi.pt.
- Canavilhas, J. (2007). *Webnotícia, proposta de Modelo Periodístico para la WWW*. LabCom.
- De Pablos, J. M. (Maio de 1998). Seimpre ha habido infografia. *Revista Latina de Comunicación Social* (5).
- Dondis, D. (2007). *Sintaxe da Linguagem Visual*. Matins Fontes.
- Edo, C. *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes u los géneros*. (C. S. Publicaciones, Ed.) Sevilla.
- Engelhardt, Y. (2002). *The Language of Graphics: A Framework for the Analysis of Syntax and Meaning in Maps, Charts and Diagrams*. University of Amsterdam, Institut for Logic, Language and Computation.
- Few, S. (2010b). *Data Visualization for Human Perception "The Encyclopedia of Human Computer Interaction, 2nd ED*. (M. Soegaard, & R. Dam, Edits.) Obtido em dezembro de 2012, de Interaction Design Foundation: http://www.interation-design.org/encyclopedia/data_visualization_for_human_perception.html
- Few, S. (2010). Our Irresistible Fascination with All Things Circular. *Percentual Edge* .
- Freitas, H. S. (Setembro de 2008). Infografias de Imprensa, digitais e televisivas Comunicar Seduzindo o Olhar. *Clube de Jornalistas* , pp. 6-23.
- Huhne, E. M. (1988). *Metodologia Científica*. Rio de Janeiro: Agir.
- Holmes, N. (2002). *Making Facts, processes and numbers understandable*. Cascante Miguel U. .
- Lucas, R. J. Infografia jornalística: uma revisão bibliográfica necessária. Iniversidade Federal do Ceará.
- Levy, P. (1996). *O que é o virtual?* São Paulo .
- Ochoa, B. (2009). *La infografia digital, una nueva forma de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Palacios, M. (2011). Ferramentas para análise de qualidade no Ciberjornalismo. LabCom Books.

- Palacios, M., & Noci, J. (2009). *Ciberperiodismo: Métodos de Investigación Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Obtido em 20 de Dez. de 2012, de Universidad del País Vasco: http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf
- Peltzer, G. (1991). *Jornalismo iconográfico*. Madrid: Edición Rialp.
- Plinger, M. (2012). *A construção da expressividade na infografia: um estudo de criações de Jaime Serra*. S. Paulo.
- Ranieri, P. R. (2008). A infografia digital animada como recurso para transmissão da informação em sites de notícia. *Prisma.com* (nº 7), pp. 260-274.
- Ribas, B. (2004). *Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo*. Obtido em dezembro de 2012, de FACOM - Faculdade de Comunicação - Universidade Federal da Bahia: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf
- Ribas, B. (s.d.). *Monografias*. Obtido em 2012, de Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo: <http://br.monografias.com/trabalhos/infografia-multimidia-modelo-narrativo-webjornalismo/infografia-multimidia-modelo-narrativo-webjornalismo.shtml>
- Rodrigues, A. A. (2011). *As potencializações e especificidades do infográfico multimídia como gênero jornalístico no ciberespaço*. Universidade Federal do Paraíba. Recife: Culturas Midiáticas.
- Salaverría, R. (2005). *Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R., & Cores, R. (2005). *Depósito Académico Digital da Universidade de Navarra*. Obtido em 2012 de Dez. de 20, de dadun: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/7284/1/cap5_generos_ciberperiodisticos_en_los_cibermedios_hispanos.pdf
- Salaverría, R., & Noci, J. (2003). *Manual de Redacción Periodística*. Ariel Comunicación.
- Segel, E., & Heer, J. (2010). *Narrative Visualization: Telling Stories With Data*. Stanford University.
- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics*. QUE - USA.
- Sumser, J. (2001). *A Guide to Empirical Research in Communication - Rules for Looking*. London: Sage Publications.
- Traquina, N. (2007). *Jornalismo*. Quimera Editores.
- Tufte, E. (2006). *Beautiful Evidence*. Connecticut, USA: Graphics Press LLC.

Tufte, E. (1990). *Envisioning Information*. Connecticut, USA: Graphics Press LLC.

Tufte, E. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information*. Connecticut, USA: Graphics Press LLC.

Valero Sancho, J. L. (2004). La infografía en el comienzo de una nueva manera de informar. *Universitat Autònoma de Barcelona*.

Valero Sancho, J. L. (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. Universitat de València.

Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação*. (M. J. Figueiredo, Trad.) Barcarena, Portugal: Editorial Presença.

Zamith, F. (2011). A contextualização no Ciberjornalismo. Universidade do Porto; Universidade de Aveiro.