

## A utilização da infografia nas secções de ciência e tecnologia de quatro jornais on-line nacionais

Filipa Rodrigues Ramos Pereira –  
Universidade de Aveiro  
(filipa.rp@gmail.com)

Lídia Oliveira - Universidade de Aveiro -  
CETAC.MEDIA e CES-UC  
(lídia@ua.pt)

Fernando Zamith – Universidade do Porto  
- CETAC.MEDIA  
(zamith@gmail.com)

### Resumo:

A generalização do uso da Internet fez com que os jornais passassem a ter uma versão on-line das suas edições. O formato digital, pela sua natureza, permite uma riqueza de linguagem gráfica muito maior, sem limite ao nível cromático, ao nível da definição e complexidade das imagens e dos infográficos, que podem ser estáticos ou dinâmicos, bi ou tri-dimensionais. Face a este novo contexto de comunicação pretende-se, compreender o nível de uso da infografia nas secções de ciência e tecnologia de quatro jornais portugueses (“Jornal de Notícias”; “Público”; “Expresso” e “i”) nas suas versões on-line. Por outro lado tentar-se-á perceber de que forma essa utilização pode promover o consumo de conteúdos informativos de ciência e tecnologia e, deste modo, contribuir para melhorar o índice de compreensão e aquisição de informação dos seus consumidores.

Este trabalho visa a apresentação e divulgação de um projeto de investigação centrado na compreensão do papel da infografia na apreensão de conteúdos noticiosos sobre ciência e tecnologia. Apresenta-se também o modelo metodológico que será adoptado na investigação bem como os resultados de uma análise preliminar feita aos quatro jornais seleccionados para este estudo no que respeita à publicação de infográficos de ciência e tecnologia.

**Palavras-chave:** infografia; jornalismo on-line; informação; conhecimento; ciência e tecnologia;

### 1. Conceito de infografia: evolução e tipologias

De uma forma simplificada e recorrendo

ao dicionário “Infopédia” (disponibilizado on-line), pode definir-se infografia como “recurso gráfico ou visual (diagrama, mapa, tabela, etc.) para apresentação, de forma clara e intuitiva, de informações ou dados complexos” (Infopédia, 2013). Procurando uma definição de autor, podemos apresentar a visão de Alberto Cairo, não fosse ele considerado, por muitos, como o investigador/autor por excelência da infografia. O autor afirma que “qualquer informação apresentada em forma de um diagrama – isto é, desenhos nos quais se mostram as relações entre as diferentes partes de um conjunto ou sistema – é uma infografia” (Cairo, 2008a, p. 21)

A título de curiosidade importa perceber o que se diz e defende acerca do contexto e da origem deste conceito. Vários autores destacam a importância de olharmos para os tempos primitivos e sermos capazes de relacionar as chamadas pinturas rupestres que permitiam ao homem fazer o registo de figuras do meio onde se inseria e que acabaram por se transformar numa “forma de comunicação gráfica primitiva” (Maciel, Bovió & Manhães, 2011 apud Sousa, 2012) com a atual necessidade que impera no jornalismo de reproduzir gráfica e visualmente as informações transformando-as em novas formas de comunicar. Apesar de os contextos serem bastante diferentes, podemos encontrar dois aspectos em comum nas duas formas de comunicar gráfica e visualmente: ambas registam situações e aspetos específicos, ambas nos permitem recolher informação relativa a um determinado tema e até relativa a um determinado momento. No entanto, há também autores que defendem que não há dados que mostrem que na era primitiva o homem tivesse o objectivo de comunicar ou expressar algo (Cairo, 2005, Sancho, 2001, apud. Schmitt, 2006). Estes são dados que neste contexto específico não são relevantes, pelo que não passam de curiosidades que podem vir a ser motivo e interesse de estudo no futuro.

Tendo o seu expoente situado em inícios dos anos 1990 (Schmitt, 2006, p. 20), com a informatização das redações dos jornais, a infografia apresenta-se como uma vertente do jornalismo na qual se pode jogar com a digitalização da informação, nunca esquecendo a importância que deve ser dada à parte gráfica e a todo o processo criativo, bem como o respeito pelas regras do jornalismo. Alguns autores defendem, ainda, que a expansão da linguagem infográfica se dá com a publicação de gráficos e notícias com recuso a imagens no jornal US Today no ano de 1982 (Bulawski, 2009, p. 54).

No que a particularidades e características diz respeito, Alberto Cairo (2008) defende que a infografia resulta essencialmente pela representação da informação em diagrama, ou seja, a infografia é o resultado da transformação visual de uma determinada informação retratada de forma simplificada e estruturada,

permitindo “eliminar o que não é necessário para que o que é necessário se destaque” (Cairo, 2008).

Segundo Valero Sancho (2001), a infografia começou por ser adaptada para o jornalismo impresso, onde o seu objetivo era permitir que o leitor conseguisse fazer a melhor tradução da informação sem ter de ler o texto informativo (Martinez, n.d; Sancho, 2001; Ochoa, 2010).

Para finalizar a abordagem ao conceito da infografia, importa referir que vários autores demonstram ser importante e até determinante para o seu melhor entendimento que os infográficos sejam organizados por tipologias ou até categorias. No entanto não há um consenso em relação a essa distribuição, se não, veja-se as seguintes organizações:

3 categorias: infográficos científicos e técnicos; de divulgação e noticiosos ou jornalísticos (Colle, 2004); gráficos; mapas; tabelas e aplicações (De la Vega, n.d.);

gráficos separados; gráficos integrados; gráficos radiais e gráficos em série (Mercedes, 2008).

Noutras leituras menos específicas pode ver-se, ainda, que os infográficos podem ser ilustrações, fotografias e até gráficos estatísticos.

Dos três exemplos apresentados, aquele que será eleito como base para esta investigação é o modelo de Raimond Colle (2004). A escolha deste modelo prende-se com o facto de este ser um modelo simples e mais abrangente, uma vez que, dentro das três categorias, é possível integrar todas as outras tipologias avançadas pelos outros autores. Por outro lado, Colle é mais específico na sua seriação de infográficos e explica que a organização de infográficos que propõe assenta em duas grandes áreas, a linguagem verbal e não verbal, na qual defende a plena e fácil compreensão das informações, observando e interpretando o que é verbal e não verbal numa informação; e a outra área é a da informação icónica, para a qual Colle afirma que uma ilustração pode não ter valor por si só e necessitar de um complemento verbal (mesmo que mínimo e insignificante) para auxiliar à sua interpretação e assim se enquadra nos pressupostos da infografia (Colle, 2004, p. 1).

## 2. Infografia no jornalismo on-line

Quando adaptada ao suporte on-line, a infografia passa a ter várias designações todas elas associadas ao cariz digital e interativo que o meio on-line lhe confere (Schmitt, 2006, p.39). Opta-se, neste trabalho, pela designação de infografia digital, não fosse todo o novo suporte de divulgação essencialmente o digital. Todavia, decide-se por apresentar a definição da infografia associada ao meio on-line de Valero Sancho, que escolhe a designação de infografia on-line. Para o

autor, a infografia on-line representa uma nova forma de comunicação, sintética, documental e visual, que possibilita a compreensão e entendimento de diversos conteúdos (Sancho, 2004).

A infografia digital procura tirar o melhor partido das potencialidades que a Internet lhe pode dar (Ochoa, 2009; Valero Sancho, 2008; Schmitt, 2006), possibilitando integrar num mesmo infográfico imagem, texto, som, etc.. Quanto às suas características, de acordo com os contributos de alguns autores sobre a caracterização da infografia digital, pode dizer-se que esta:

- Pode ser versátil (Sancho, 2008);
- Pode ser animada, multimédia e interativa e instantânea (Cairo, 2006);
- Hipertextualidade é vista como uma das características que mais se aproxima do jornalismo on-line (Salaverria & Avilés, 2008).

Do ponto de vista da compreensão dos conteúdos do infográfico, esta é possível através do seu registo visual, e, quanto mais atrativo o infográfico for, melhor atinge o seu objetivo (Sancho, 2008). Segundo o mesmo autor, há particularidades que engrandecem e conferem maior poder à infografia, assim como auxiliam na sua função comunicadora: sumário informativo, apresentação atrativa, complemento informativo e complemento estético (Sancho, 2008, p.3).

Perante o exposto, é possível dizer-se que a infografia, que já havia revolucionado a informação no jornalismo impresso, veio ganhar ainda mais força com a sua adaptação ao suporte on-line. Ela está mais próxima do utilizador, é mais atrativa e mais simples na sua compreensão.

No artigo “Infografia 2.0” (2008b) Alberto Cairo recorre ao exemplo do jornal The New York Times para apresentar aqueles que são, para ele, os grandes impulsos da mudança na visualização e interpretação de conteúdos informativos no suporte on-line. Segundo o autor, a infografia possibilita que os dados sejam atrativos por si mesmo; a infografia não deve ser vista como um objeto decorativo mas sim como uma ferramenta de análise dos dados; e a introdução de ferramentas interativas possibilita uma mudança no paradigma da visualização dos dados, possibilitando que o leitor veja as notícias segundo os seus gostos e necessidades (Cairo, 2008b, p. 16).

## 2.0 jornalismo on-line de ciência e tecnologia: contributos infográficos

Para esta investigação o estudo das particularidades do jornalismo on-line não se revela como elemento fundamental nem determinante, no entanto, importa conhecer e estudar este conceito, associando-o

à sua missão de divulgação de conteúdos considerados complexos como os de C&T.

Na opinião de Parreira (2005), se o trabalho do jornalismo científico on-line for bem feito e bem divulgado, pode mesmo “contribuir para a diminuição do chamado analfabetismo científico” (Parreira, 2005, p. 64).

De acordo com Wilson da Costa Bueno, “(...) o jornalismo científico é o processo de difusão de informações de ciência e tecnologia pelos media, que obedece aos atributos de produção jornalística” (Bueno, 2010). Assim sendo, podemos chamar-lhe uma especialização do jornalismo e assim o jornalismo científico deve ser visto como uma forma de aproximar os públicos destes conteúdos específicos e possibilitar que estes entendam e formulem a sua própria ideia. No entanto, e nunca esquecendo que a informação científica é fruto de uma busca de informações, não se pode ver o jornalismo científico como uma mera tradução de um conceito ou prática (Bueno, 2010). Por outro lado, é importante referir que a melhor e mais acertada divulgação do trabalho científico e tecnológico possibilita dar visibilidade a centros de investigação e investidores, possibilitando que o cidadão comum seja conhecedor do que se vai fazendo no seu país e no mundo em áreas tão direccionadas.

“(…)o Jornalismo Científico abre oportunidade para que os centros produtores e financiadores de ciência e tecnologia (e os pesquisadores em particular) possam prestar contas à sociedade dos investimentos realizados em pesquisa e desenvolvimento, essenciais para a soberania de uma nação.” (Bueno 2010, in [jornalismocientifico.com](http://jornalismocientifico.com))

O trabalho do chamado “jornalista de ciência” exige atenção e cuidado, exige leitura e muita investigação, é importante que o jornalista procure fontes fidedignas para que a informação que vai partilhar seja clara e objetiva, promovendo uma maior democratização da informação, não fosse esse um dos princípios maiores do jornalismo (Rasêra, 2010, p. 23). No entanto, em relação ao caso português, não se pode falar em plena democratização da informação disponibilizada em suporte digital, na medida em que muitas zonas do país ainda não estão cobertas por acesso à Internet e até mesmo às tecnologias.

Contudo, e apesar de não estar plenamente ao alcance de todos, esta nova vertente do jornalismo vai ganhando cada vez mais terreno no quotidiano informacional e proporcionando o seu acesso a um público mais vasto que assim pode formular os seus próprios juízos e construir os seus próprios conhecimentos em relação à temática da C&T.

Com o crescendo da implementação da

infografia no jornalismo on-line, importa tentar perceber se criação de infográficos e divulgação de C&T podem trabalhar em parceria e proporcionar uma melhor e mais assertiva comunicação nestas áreas. Como vimos anteriormente, o jornalismo on-line adoptou uma nova linguagem da qual podemos afirmar que a infografia passou a ser um dos elementos preponderantes e permitiu mesmo transformar a forma como as notícias chegam ao leitor. Se no impresso as infografias funcionam apenas com imagens e textos estáticos, no jornalismo on-line os infográficos ganham vida e apresentam-se, até, sob a forma de animações tridimensionais.

Alguns estudos demonstram que a utilização da infografia no jornalismo científico vai ganhando destaque e interesse, mesmo que em situações esporádicas, e mesmo o seu uso não sendo feito no seu expoente máximo (Rinaldi, 2004). A infografia apresenta-se como relevante e preponderante para divulgação do conhecimento científico, os seus elementos permitem destacar e enaltecer detalhes que de outra forma poderiam passar despercebidos ao leitor (Schmitt, 2006; Rinaldi, s/d); a infografia “melhora o entendimento de informações científicas sobre processos e procedimentos” (Schmitt, 2006, p. 91).

Sabendo-se que a infografia tem um elevado potencial de economia cognitiva, pelas suas características de brevidade (a infografia permite compreender rapidamente um conjunto amplo de dados), de insight (permite compreender de modo global a narrativa por detrás dos dados), de envolvimento (as infografias captam a atenção dos leitores e fazem com que fiquem “presos” aumentando as taxas de memorização, por um efeito de memorização visual) (Smiciklas, 2012, p. 24), pretende-se observar qual o seu contributo na promoção do conhecimento em ciência e tecnologia disponibilizado pelo jornalismo on-line. Posto isto, e recordando as características apresentadas no ponto dedicado à infografia, pode afirmar-se que segundo Salaverría e Avilés (2008), “a infografia é a área onde mais se deteta a evolução rumo a novas formas de comunicação jornalística na internet”, logo é uma peça ao serviço do conhecimento (Salaverría & Avilés, 2008, p. 3).

#### **A infografia como género jornalístico: características e potencialidades da informação com recurso a infográficos**

Com o crescendo de importância e relevância que a infografia vai ganhando no quotidiano do jornalismo quer nacional quer internacional, é compreensível que muitos sejam os autores que se refiram a ela como sendo um género jornalístico.

Para compreender melhor esta temática é necessário entender o que são géneros jornalísticos.

Vejamos a seguinte definição: “os géneros jornalísticos são rotinas próprias da escrita, caracterizadas em cada caso por factores variáveis, desde a forma como aparece a posição do autor, o estilo, o tema, até factores como a apresentação e dimensão (...)” (Crato, 1986 apud Lopes, n.d.).

Numa interpretação simples, não é necessariamente o meio que determina o género jornalístico. A notícia, a reportagem, a entrevista ou a crónica tanto podem ser apresentadas na imprensa como na rádio, televisão ou Internet. Mas as características de um meio podem condicionar a utilização de um dado género jornalístico. Por exemplo, a infografia dinâmica não pode ser utilizada nem na imprensa nem na rádio.

Para Paula Lopes (n.d.), os géneros jornalísticos dividem-se em três grandes grupos: informativos, opinativos e explicativos (Lopes, n.d.). Segundo a autora, é a tipologia do seu conteúdo que determina o seu género informativo. Assim, na sua opinião, os géneros jornalísticos distinguem-se essencialmente pelo objectivo que a notícia (entendida em sentido lato) tem. Os géneros informativos estão mais relacionados com as notícias e o dar informação; por outro lado, nos géneros opinativos enquadra-se mais o texto de opinião, o comentário e a crónica; por último os géneros explicativos estão diretamente ligados à revolução tecnológica que possibilitou uma maior e mais simples comunicação com os públicos graças, em grande parte, à linguagem dos novos media (Lopes, n.d., pp. 8–10).

Partindo apenas desta opinião, e percebendo que o conteúdo pode não ser motivo divisor entre géneros jornalísticos, ousa-se afirmar que a infografia pode mesmo ser um género jornalístico. Seguindo os contributos de Paula Lopes, ela pode enquadrar-se nos géneros informativos/ e ou explicativos, na medida em que, a sua principal missão é auxiliar na melhor e mais correta interpretação dos conteúdos informativos registados no infográfico.

Interessa, assim, olhar para o que já se diz sobre esta designação e em que moldes ela é estabelecida.

Em Portugal, Susana Ribeiro no seu livro “Infografia de Imprensa: História e Análise Ibérica comparada” (2008) também dedica uma parte à análise da infografia enquanto género jornalístico. A jornalista do jornal Público faz uma caracterização da infografia à luz das “clássicas interrogações às quais deverá responder uma notícia”: O quê?; Quem?; Quando?; Onde?; Como?; Porquê? (Ribeiro, 2008, p. 38). Na visão da autora, uma infografia deve relatar o que aconteceu, com quem aconteceu, onde aconteceu, como aconteceu e quais as causas para ter acontecido.

Mais recentemente, na opinião da professora Tatiana Teixeira (2010), que segue os contributos de

Gomis (1991), os géneros jornalísticos são apenas dois e dividem-se em “Género Opinativo” e Género Informativo” (Teixeira, 2010, p. 77). É precisamente dentro do género informativo que ela enquadra o potencial do infográfico. A justificação da autora prende-se com o crescimento que a produção de infográficos tem vindo a ter mas, principalmente, com o contributo importante que a infografia tem dado “para a qualidade da narrativa efetiva” (Teixeira, 2010, p. 67).

A autora vai mais longe nesta sua perspetiva e dá três exemplos de autores que se vão referindo à infografia como parte fundamental de todo o processo jornalístico:

Peltzer e a designação de “Jornalismo iconográfico” (1991)

de Pablos e o seu “infoperiodismo” (1999)

Cairo: “A infografia não se pode definir pelas técnicas envolvidas na sua elaboração, mas pelas suas regras e pelos objetivos que persegue. Eles devem ser os mesmos que qualquer outra área do jornalismo: rigor, precisão, seriedade. E ética também” (2009).

Constatando a forte influência que a infografia começa a ter no jornalismo, importa perceber de que forma esta influência pode traduzir-se numa melhor e mais objetiva interpretação dos conteúdos noticiosos. É importante ter-se noção das reais funções da infografia. A sua missão é informativa e não lúdica, logo, o próprio infografista deve estar ciente do contexto jornalístico da infografia para não correr o risco de elaborar um trabalho muito apelativo e ao mesmo tempo muito pouco informativo (Sousa, 2012, p. 47). A elaboração de infografias implica pesquisa e investigação (Freitas, 2008, p. 6). Um infografista não pode correr o risco de criar um elemento que contenha informação dúbia ou mesmo errada que induza o leitor em erro. É importante que leia, investigue e procure a melhor fonte para que o seu trabalho retrate na perfeição a informação pretendida.

#### 4. METODOLOGIA A APLICAR NO PROJETO

A temática da infografia constitui o cerne da investigação e é em torno dela que se enquadram os aspetos e particularidades a avaliar no estudo, especificamente a percepção e a informação adquirida com a observação dos conteúdos dos infográficos de ciência e tecnologia.

Assim, como problemática de investigação identifica-se a importância da infografia na tradução de conteúdos jornalísticos de ciência e tecnologia e como problema estabelece-se de que forma a infografia pode ser um bom suporte ao serviço da compreensão de conteúdos

noticiosos tão complexos como os de ciência e tecnologia, nos suportes on-line de 4 jornais nacionais, (Público, Jornal de Notícias, Expresso e Jornal i).

“Em que medida os infográficos são um meio potenciador de compreensão de conteúdos noticiosos em ciência e tecnologia?” é a questão norteadora da investigação e é em torno do alcance da sua resposta que estão todos os esforços teóricos e empíricos desta investigação.

Com o intuito de avaliar se a infografia pode ter influência positiva na percepção de notícias sobre C&T, e assim permitir que os utilizadores das notícias em suporte on-line sejam capazes de ganhar nova informação, a presente investigação passará pela implementação de um estudo empírico com recurso a inquéritos por questionário, grelhas de observação, entrevistas aos editores de multimédia dos jornais selecionados bem como a adopção de grupos experimentais para análise compreensão da informação jornalística on-line de C&T com e sem infográficos. Em relação a esse tratamento de dados, segundo Pardal e Correia (1995) este estudo pode designar-se quantitativo uma vez que recorrerá a instrumentos de análise estatística e qualitativo pois resultará, em certa parte, de uma tarefa de observação de conteúdos (Pardal & Correia, 1995, p. 17). Quanto à análise, esta investigação é de abordagem mista, na medida que concentra em si características da investigação qualitativa e quantitativa (Morais & Neves, 2007, p. 78). As análises quantitativa e qualitativa são complementares e podem ser trabalhadas em conjunto muito em “função da natureza das questões de investigação que se pretendem obter” (Morais & Neves, 2007, p. 77-78). De acordo com a natureza dos dados que se pretende recolher, esta é uma investigação que pode contemplar uma vertente qualitativa “interpretativa, dirigida ao particular, ideográfica” (Coutinho, 2011, p. 37), e também quantitativa de “recolha de dados com base em provas objetivas, aplicação de técnicas estatísticas para a análise de dados” (Ibid) cruzando as informações obtidas do trabalho com os leitores com os registos de observação feitos à publicação de infográficos dos 4 jornais em estudo.

No que respeita ao objetivo da investigação este transforma o estudo numa análise explicativa uma vez que será de interesse explicar os fenómenos que podem ocorrer do uso da infografia no jornalismo on-line de ciência e tecnologia (Coutinho, 2011, p. 38).

Procedimentos a adoptar na investigação:

- Inquirir os leitores das edições on-line dos jornais selecionados para a investigação com recurso a inquéritos por questionário;
- Adopção de grupos experimentais para a realização de entrevistas presenciais com o objetivo de

comparar os resultados ao nível da compreensão da informação jornalística on-line de C&T (com um grupo trabalhar-se-à a informação jornalística meramente textual e com outro grupo a informação jornalística acompanhada de infografias)

- Elaborar uma grelha de observação para registo de publicação e divulgação de infográficos on-line;
- Estruturar um plano de observação para registo de informação, situado no tempo permitindo analisar as publicações de todos os jornais, estabelecendo assim uma estratégia comparativa;
- Estabelecer contacto com a realidade da produção e divulgação de conteúdos infográficos no panorama informativo nacional ao nível das suas publicações on-line.

## 5. ANÁLISE PRELIMINAR À PUBLICAÇÃO ON-LINE DE INFOGRÁFICOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA NOS 4 JORNAIS NACIONAIS

Após apresentado e contextualizado o projeto que se pretende desenvolver, importa perceber o que se faz e publica nos jornais nacionais sobre C&T em formato de infográfico on-line.

Esta análise preliminar realizou-se entre os meses de julho e agosto do corrente ano e pautou-se apenas pela observação dos infográficos relacionados com os temas de C&T que iam sendo publicados.

Ao nível dos conteúdos noticiosos, estas duas secções são detentoras de muitas publicações no entanto, em relação à criação de infográficos sobre ciência e tecnologia, essa realidade é bastante diferente.

Das observações que se realizaram, apenas foi possível observar 4 infográficos relacionados com os temas em análise sendo que apenas se verificou essa publicação em 2 dos 4 jornais em análise.

No “Jornal de Notícias” é possível observar a criação de vários e diversificados infográficos. Muitas são as notícias retratadas em infográficos. Contudo e, durante o período estabelecido para esta observação preliminar, ao nível das temáticas de ciência e tecnologia a escassez de infográficos está bem patente, sendo possível, apenas, observar um infográfico de ciência subordinado ao tema “Poluição em nossas casas” e um infográfico de tecnologia sobre o novo “iPhone 5C”.

Em relação ao infográfico “Poluição em nossas casas” este, é um infográfico que demonstra os tipos de poluição a que estamos sujeitos quando estamos em nossas casas.



Partindo da exposição teórica nos pontos 1 e 2 deste artigo, a análise e observação consistiu em avaliar a publicação dos infográficos tendo em conta algumas potencialidades dos infográficos, já identificadas por alguns autores. São elas: versatilidade (Sancho, 2008); animada, multimédia, interativa e instantânea (Cairo, 2006) e hipertextualidade (Salaverría e Avilez, 2008). No que concerne à aproximação dos leitores e à sua própria taxa de memorização, recorre-se aos contributos de Smiciklas (2012) identificando nos infográficos analisados as seguintes potencialidades: brevidade, insight e envolvimento.

A tabela que se segue resulta do trabalho de análise dos infográficos mostrando quais as potencialidades, já avançadas por autores que investigam sobre a temática, que estão patentes nos infográficos em observação neste artigo.

Tabela 1 – Registo das características dos infográficos analisados (2013)

Autor	Potencialidades	“Poluição em nossas casas”	“iPhone 5C”	“São Tomé de norte a sul”	“Uma floresta sempre em mutação”
Sancho (2008)	Ser versátil	x	x		
Cairo (2006)	Ser animada				
	Ser Multimédia	x	x		
	Ser Interativa	x			
	Ser Instantânea		x	x	x
Salaverría e Avilez (2008)	hipertextualidade				
Smiciklas (2012)	Brevidade	x	x	x	x
	Insight		x		
	envolvimento	x			

Fonte 3 Criação própria do autor

Com a análise realizada é possível avançar que não há um conjunto de potencialidades comum à construção destes infográficos. Nenhum dos infográficos compreende em si mesmo a totalidade das características e isso não pode ser visto como um aspeto negativo, uma vez que, nem todos os assuntos têm a mesma necessidade de abordagem. Por outro lado, não há nenhum aspecto que seja comum nos quatro infográficos, o que permite especular sobre a existência ou não de potencialidades que possam ser comuns a todos os infográficos e que impeçam que os mesmos cumpram a sua missão de divulgação e informação.

Os infográficos do jornal “Público” não são dinâmicos nem muito atrativos, no entanto, a sua simplicidade permite que a sua abordagem seja mais rápida. Contudo, essa rapidez pode comprometer a compreensão dos mesmos, uma vez que o seu envolvimento também é muito reduzido.

Em relação aos infográficos do “Jornal

de Notícias”, estes são mais completos ao nível das características estabelecidas para esta análise. Têm um cariz mais dinâmico, o que se traduz numa maior proximidade com os leitores e, conseqüentemente, num maior envolvimento.

### 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada é preliminar e deixa em aberto um longo caminho no campo da observação e interpretação dos infográficos. Não se pode dar esta análise como muito conclusiva ou definitiva uma vez que a sua base teórica ainda é escassa e é apenas uma visão ao nível das características mais simples na sua concepção e ao nível da sua taxa de memorização, sendo importante a existência de um grupo de leitores, de modo a ter resultados significativo para a investigação. É de registar que a análise foi feita com base num enquadramento teórico que não está fechado e que por isso mesmo necessita de mais alguma pesquisa para complemento de informação e conteúdos.

Apesar de se ter constatado que os jornais nacionais criam muitos infográficos e bastante variados e de temáticas bastante variadas, é importante referir que, ao nível dos conteúdos de ciência e tecnologia a sua produção é mínima e em muitos casos nula o que pode sugerir duas situações: dificuldade na sua execução ou pouca informação sobre esses conteúdos.

**BIBLIOGRAFIA**

- Bueno, W. C. (2010). Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais / Comunicación científica y divulgación científica: aproximaciones y rupturas conceptuales. *Informação & Informação*, 10(0), 1. doi:DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15nesp.p1
- Bulawski, F. M. (2009). *Jornalismo visual e infografia*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Cairo, A. (2006). What should you show in a graphic? *Design Journal*, (99), 30–33. Retrieved from [www.snd.org](http://www.snd.org)
- Cairo, A. (2008a). Interactividad: la nueva frontera de la visualización de información en prensa. *Malofiej*, 15, 1–10. Retrieved from <http://www.tdmm2.fba.unlp.edu.ar/TDMM2/articulomalofiej.pdf>
- Cairo, A. (2008b). *Infografia 2.0: visualización interactiva de información en prensa*. In Alamut (Ed.), *Infografía 2.0* (1a ed., pp. 16–33).
- Colle, R. (2004, June). INFOGRAFIA: TIPOLOGIAS. *Revista Latina de Comunicación Social*. Retrieved from [http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina\\_art660.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art660.pdf)
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologias de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*. Coimbra: Editora Almedina.
- De la Vega, J. J. M. (n.d.). *Infografía: bloque especializado*. Londres. Retrieved from <http://pt.calameo.com/read/0016292748321c1bb99f4>
- De Pablos Coello, J. M. (1998). Siempre ha habido infografía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5. Retrieved from <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm>
- Freitas, H. D. S. (2008). Comunicar seduzindo o olhar, Infografias de imprensa, digitais e televisivas. *JJ Jornalismo e Jornalistas*, Jul/Set, 6–23. Retrieved from [http://www.clubedejornalistas.pt/uploads/jj35/jj35\\_o6.pdf](http://www.clubedejornalistas.pt/uploads/jj35/jj35_o6.pdf)
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (5a ed.). São Paulo: Editora Atlas, S.A.
- Infopedia. (2013). *Infopedia-Enciclopédia e Dicionários* Porto Editora. Retrieved from <http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/infografia>
- Lopes, P. C. (n.d.). *Gêneros literários e gêneros jornalísticos Uma revisão teórica de conceitos*. BOCC UBI. Retrieved from <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-generos-lopes.pdf>
- Mercedes, M. M. (2008). *La Infografía - monografías*. Retrieved from <http://www.monografias.com/trabajos59/la-infografia/la-infografia.shtml>
- Morais, A., & Neves, I. (2007). Fazer investigação usando uma abordagem metodológica mista. *Revista Portuguesa de Educação*, 75–104
- Ochoa, B. E. M. (2009). *La infografía digital, una nueva forma de comunicación*. Retrieved from <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/La%20infograf%C3%ADa%20digital,%20una%20nueva%20forma%20de%20comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Pardal, L., & Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social* (1a ed.). Porto: Areal Editores.
- Parreira, D. S. A. (2005). *JORNALISMO CIENTÍFICO ON-LINE: Uma comparação entre sites do Brasil, Estados Unidos e França* *Jornalismo Científico On-line*.
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Rasêra, M. (2010). *Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia*. Ícone - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 12(1).
- Ribeiro, S. A. (2008). *Infografia de Imprensa. História e análise ibérica comparada*. Coimbra: Minerva.
- Rinaldi, M. (2004). O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro - estudo da revista *Superinteressante*. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul (pp. 1–10). Passo Fundo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Retrieved from <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0577-1.pdf>
- Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008). *La convergência tecnológica em los medios de comunicación*. *Trípodos*, (23), 31–47.
- Sancho, J. L. V. (2001). *La infografía: Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Sancho, José Luis Valero. (2004). *La infografía digital, en el primer plano del periodismo*. 12a Cimeira Mundial de Infografía - Prêmios Malofiej.
- Sancho, Jose Luis Vleró. (2008). *Typology of the graphics information*. *ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODISTICO*, 14, 631–648.
- Schmitt, V. (2006). *INFOGRAFIA JORNALÍSTICA NA CIÊNCIA E TECNOLOGIA*. Universidade Federal de Santa Catarina. Retrieved from <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitt-valdenise-infografia-jornalistica.pdf>
- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics*. USA: QUE.
- Sousa, A. F. T. de. (2012). *A INFOGRAFIA É JORNALISMO?* *Revista Comunicando*, 1(n.1). Retrieved from <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20130108-infografia.pdf>
- Teixeira, T. (2010). *Infografia e Jornalismo*. Salvador: EDUFBA.