



V CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET

SOCIEDAD IBEROAMERICANA DE ACADÉMICOS, INVESTIGADORES Y PROFESIONALES DEL PERIODISMO EN INTERNET – AIAPI

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD FEDERAL DE BAHÍA
24 Y 25 DE NOVIEMBRE DE 2004
SALVADOR – BAHÍA – BRASIL

INFOGRAFIA MULTIMÍDIA AVANÇA NA VANGUARDA NO CAMPO DO JORNALISMO VISUAL ¹

Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior

Faculdades Alcântara Machado (UniFiam/Faam)²

Resumo: O trabalho consiste na análise da introdução da infografia multimídia, um novo gênero jornalístico, nos produtos digitais de linguagem não-linear (CD-ROM e DVD) e digital não-linear/interativo (web). A infografia, como conceito de apresentação da notícia visualmente, aparece primeiramente nos jornais impressos diários nos EUA e Espanha. As duas principais escolas de difusão do gênero estão localizadas em Miami e Barcelona, sendo o El Mundo (www.elmundo.es) o mais destacado veículo nesse campo. Com o surgimento das tecnologias digitais, permitindo a criação, produção e distribuição deste novo gênero jornalístico, o noticiário visual digital interativo tem se expandido, principalmente, na cobertura de grandes conflitos militares mundiais.

Palavras-chave: Tecnologia; digital; infografia; multimídia e jornalismo.

Introdução

Como toda nova introdução de uma ferramenta, de um processo ou de um conceito no jornalismo é de difícil aceitação e polêmica, a Infografia não conseguiu escapar. Criticada por muitos e praticada por poucos no Brasil, o novo gênero jornalístico tem sido combatido duramente nas redações, em virtude da resistência do grupo que poderia ser denominado de “os guardiões da escrita no jornalismo”. Como será analisado a seguir, o dogma que o jornal impresso carrega, desde o seu início (1502), é de ter como carro-chefe da informação, o texto, esqueleto principal da compreensão da notícia, tem prejudicado o

¹ Trabalho apresentado no V Congresso Ibero-americano de Jornalismo na Internet

² Doutor em Jornalismo Digital pela Escola de Comunicações e Artes (USP), tendo pós-graduação em Consultoria em Internet (Ciências Exatas) e certificações Adobe Digital Video Convergence e Internet/Intranet System Programmer Analyst (ISPA). Trabalhou como editor-geral de Internet do Grupo A Tribuna de Santos. Professor de Infografia e Jornalismo Digital (FIAM) e analista de comunicação da Assessoria de Imprensa da Reitoria da USP. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação e as Tecnologias Digitais, registrado no CNPq e credenciado pela UMEESP.

entendimento e possibilidades desta nova forma de se visualizar o fato e a sua suposta capacidade de melhorar a cognição da informação publicada pelos leitores.

Porém, muitos elementos que constituem uma Infografia, no meio impresso e também, agora, no digital, como por exemplo, os desenhos, são velhos conhecidos, fazendo parte da história da evolução da espécie humana.

Produzidos na era glacial (cerca de 60 mil anos antes de nossa era), desenhos em forma de sinais riscados, esculpidos e pintados sobre rochas permanecem intactos em regiões, espalhadas pelos cinco continentes.

“Tende-se a considerar esses *monumentos* como precursores da nossa escrita. Em termos bastante genéricos, certamente o são, mas nunca como modelos relacionados ao que hoje chamamos de escrita, mesmo no que diz respeito a uma escrita pictórica.”³

Para Frutier, antes da escrita, existia um tipo de linguagem ou sistema de comunicação desenvolvido em milhões de anos.

“Supõe-se que parte dele era feito de sons de curta duração, mas certamente esse sistema era mantido por outras formas de expressão, não exclusivamente relacionadas à esfera auditiva. Todas as espécies animais enviam e recebem informações que, no entanto, são expressas por todos os sentidos: visão, audição, tato, olfato e paladar. Por isso é válido admitir que uma “linguagem” primitiva não consistia apenas de sons, mas também de vários tipos de gestos, contatos, sensações olfativas etc.”⁴

Portanto, estima-se que a escrita, no sentido de uma verdadeira preservação dos pensamentos e da fala, começou a existir no momento em que desenhos ou sinais surgiram relacionados diretamente com as sílabas, palavras ou frases. Frutiger afirma que os primeiros ‘escritas’ da proto-história tenham vivido no quinto milênio antes de Cristo, na região do Oriente Médio.

“Com a ajuda dos pictogramas, esquematizavam objetos, datas e ações. No entanto, a escrita propriamente dita nasceu apenas no momento que começaram a organizar e alinhar os sinais lado a lado ou um sobre o outro, correspondendo à evolução linear dos seus pensamentos. Deste modo, pouco a pouco foram surgindo fileiras de sinais que, graças ao seu uso constante, desenvolveram-se até formar as culturas de escrita contínua”.⁵

O homem, desde então, tem evoluído na construção de uma estrutura de entendimento das informações através de imagens (desenhos, inicialmente). Buscando desde os primórdios, que começaram com os relatos de Heródoto há 2.500 anos, o jornalismo avança na incorporação de técnicas para melhorar o entendimento da informação noticiosa.

A utilização de elementos gráficos no jornalismo impresso remonta do século XVII. O uso de ilustrações nos jornais é muito antigo, se considerando o jornal "Nieuwe Ty Dirigen" de Amberes,

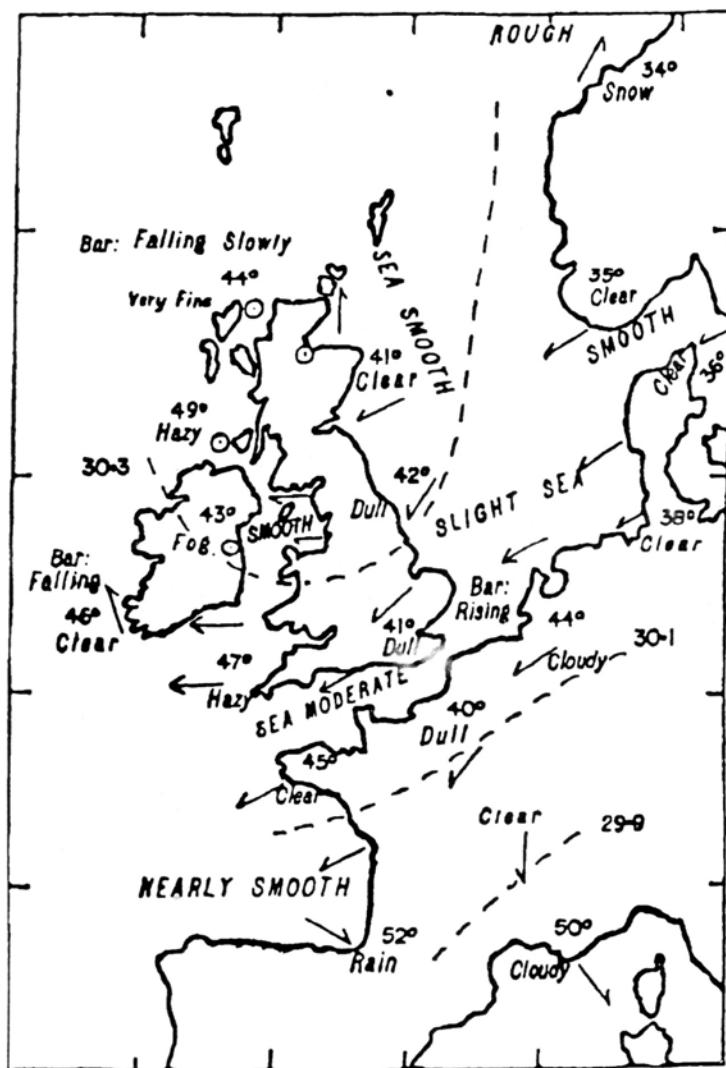
³ FRUTIGER, Adrian. Sinais & Símbolos. São Paulo: Martins Fontes, 2001, p.83

⁴ Id. *ibid.*, p.84

⁵ Id. *ibid.*, p.87

fundado em 1.605. Especificamente no continente americano, o diário mais antigo que utilizou imagens (gráficos e desenhos) foi o "New York Mirror", em 1.823 (EUA).

“As comunicações telegráficas, por outro lado, permitiram o aparecimento, em 1 de abril de 1875, do primeiro mapa meteorológico publicado no jornal The Times, de Londres. Era um mapa linear que incluía, além das Ilhas Britânicas, uma grande parte do continente europeu. Sobre ele estavam traçadas as isóbaras para mostrar os dados de pressão, setas com a direção dos ventos, pontos que indicavam mar calmo.”⁶



Um dos primeiros mapas do tempo.
The Times, Londres, 15 de Abril de 1875
(correspondente ao dia 14 de Abril de 1875)

Com a invenção da fotografia (1.823) foram desaparecendo as ilustrações manuais nas páginas dos jornais. Em 1.880, aparece pela primeira vez a fotografia como parte intrínseca da fisionomia de um jornal diário. Foi no "Daily Herald", de Nova York (EUA).

⁶ PELTZER, Gonzalo. Jornalismo Iconográfico. Madrid: Planeta Editora, 1991, p. 110

O aprimoramento visual dos periódicos foi melhorando na medida em que novos elementos tecnológicos eram introduzidos no seu fazer. O uso da cor, por exemplo, foi um dos grandes saltos nesse sentido.

Porém, com o surgimento do gênero jornalístico denominado Infografia, o salto ocasionou a quebra de paradigmas. O texto, no jornalismo impresso, sempre foi considerado o elemento mais importante para compreensão de uma notícia, desde a invenção do jornal impresso (1502).

A infografia é um moderno recurso de edição com forte atração visual, combinando fotografia, desenho e texto. É importante diferenciar gráficos (curvas, linhas e pizzas) dos infográficos. Esses últimos são reportagens visuais. O que uma foto ou um texto não pode explicar, geralmente, pode ser explicado por um infográfico. Normalmente, este trabalho envolve os departamentos de Arte e de Fotografia junto com a Editoria na sua realização. Um infográfico serve para descrever como aconteceu determinado fato, quais suas conseqüências e também, para explicar, através de ilustrações, diagramas e textos, fatos que o texto ou a foto não consegue detalhar.

Os infográficos são úteis para apresentar a informação que é difícil de ser compreendida através do texto puro e deve ser igual a uma matéria de texto, pois deve responder as perguntas básicas contidas no Lead jornalístico.

Quando o objetivo é explicar, os infográficos permitem que matérias complicadas, que precisam utilizar acúmulos de palavras para se fazer entender, podem ser compreendidas de maneira rápida e lúdica. Desta forma, as informações numéricas, estatísticas e muitas outras serão mais efetivas do que o puro uso da escrita. Ainda mais, conseguem outorgar maior variedade e agilidade no planejamento gráfico e podem ser adequadamente combinadas com texto e fotografias para maximizar a compreensão do que está informado.

Entretanto, esse novo gênero jornalístico no meio impresso, combatido por muitos, sem estudos ou bibliografia consistentes, já transmuta para outro meio, o digital.

Atualmente, com o avanço da tecnologia digital, off-line (DVD/CD-ROM) e on-line (Web), há uma fusão de elementos informativos (texto, áudio, vídeo, animação, fotos, mapas, ilustrações). Esses elementos abastecem a tecnologia da empresa Macromedia denominada Flash (software de animação), permitindo que o novo gênero jornalístico incorpore outras características, assumindo uma linguagem multimídia e interativa.

Justificativa da análise

O estudo da infografia ainda é incipiente no campo da comunicação. Centros avançados como nos EUA (Instituto Poynter) e na Espanha (Universidade de Navarra) são os poucos lugares que se preocupam em desenvolver com consistência esse novo gênero jornalístico.

No Brasil, por exemplo, estamos ainda na fase inicial da introdução da infografia nas redações de jornais diários e revistas. A falta de cultura, que proporciona resistência entre os profissionais, está atrasando a adoção do gênero no jornalismo brasileiro.

Depois de mais de 12 anos de sua utilização e evolução no meio impresso, a infografia avança para a mídia digital, pois encontra campo para sua expansão, se apropriando das características multimídia do meio e da possibilidade da interatividade.

No campo digital, o infográfico multimídia é indicado para descrever situações complexas, acontecimentos simultâneos, ocorridos em diferentes locais. A explosão deste artifício jornalístico se deu na cobertura da queda das torres do World Trade Center, em 2001. A internet foi uma mídia bastante procurada naqueles momentos iniciais da tragédia. Vários websites ‘caíram’, ou seja, ficaram congestionados devido à grande procura. Muitos deles tinham um infográfico que mostrava como aconteceram os atentados terroristas, inclusive com um pouco de interatividade, tendo botões que permitiam o usuário avançar ou retroceder na explicação.

A importância da Infografia no Jornalismo

O clichê que “uma imagem vale mais do que mil palavras” é ouvido numa redação quando se quer valorizar o poder da imagem sobre o texto. Isso acontece raras vezes, pois o texto ainda é a mola propulsora do jornalismo impresso. Por isso, um dos grandes desafios do Jornalismo Visual, na atualidade, é conseguir fazer da Infografia um elemento importante na produção do jornalismo contemporâneo e não o caracterizando como simples decoração de páginas ou websites, como é visto na atualidade por algumas empresas de comunicação e profissionais da área.

“Para colocar essa infofilia (infografia) no devido lugar basta examinar as edições dos jornais e revistas nos dias seguintes ao desastre do Fokker (31.out.1996) – foram os infográficos que comoveram os leitores ou foram os esquemas visuais explicativos (o melhor, aliás, foi do portenho El Clarín)? A Gazeta Mercantil e, dias depois, a Veja conseguiram individualizar e humanizar aquelas 100 tragédias com desenhos ou palavras, valeu o engenho literário ou visual?”⁷

Com mais de uma década da sua introdução no jornalismo, desde a sua primeira aparição no diário americano USA Today, em 1992, o novo gênero jornalístico carrega conceitos já sedimentados no estudo da Diagramação (também conhecida como planejamento gráfico, design da informação ou editoração eletrônica).

Renegado ao segundo plano, na produção de produtos jornalísticos impressos por muito tempo, tomou fôlego com o advento da introdução dos computadores nas redações na década de 80 do século passado.

⁷ DINES, Alberto. As Bruxas querem saber: o que emociona no desastre do Fokker – texto ou infográficos. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br. Acessado em 10 de junho de 2004.

Conceitos sobre diagramação apontam que, no desenho jornalístico impresso, há uma associação indissolúvel entre conteúdo e forma. Portanto, no impresso, o desenho jornalístico é a expressão gráfica da edição, resolvendo problemas de técnicas informativas (exposição da notícia), publicista (mostrar graficamente o que tem importância jornalística) e de harmonia gráfica (que agrade aos olhos).

Para a Sociedade Brasileira de Design da Informação⁸, o design da Informação objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo. Seu princípio básico é o de otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais.

O desenho jornalístico pode aumentar o valor da informação sempre que é bem concebido. Não somente um simples instrumento da comunicação, sendo também que influi na conduta do leitor. É uma mensagem visual, estética e psicológica.

Pois, ao se desenhar se almeja conceber um sistema internacional de ações capazes de transformar uma determinada situação em outra satisfatória, ou seja, a compreensão total da informação que quer ser passada.

Partindo dos conceitos delineados para um bom planejamento gráfico da informação jornalística, a infografia avança para ser mais que a utilização de uma ilustração e um gráfico.

Os infográficos são bastante úteis pra apresentar a informação complicada de entender através do texto puro. Converte a publicação em mais visual, clara, direta e fácil de entender. A infografia combina as habilidades do desenho de um artista com as habilidades jornalísticas de um repórter.⁹

Peggie Stark, do Poynter Institute for Media Studies, Flórida (EUA), conceitua a infografia como combinação de palavras e elementos visuais que explicam os acontecimentos descritos em uma matéria e situam a história ou os seus protagonistas em um determinado contexto.¹⁰

No suporte impresso, a infografia conta com os elementos texto, gráfico, ilustração, mapa e foto. Já no meio digital é incorporada ao gênero jornalístico o vídeo, áudio e a animação. Ela é uma seqüência de ilustrações dispostas em quadros (frames) sucessivos que formam um filme. Se esses quadros forem exibidos seqüencialmente com um intervalo de tempo bem pequeno entre eles, será criada a sensação de movimento. O sistema empregado pelo Flash para gerar animações é idêntico ao sistema usado na criação de filmes de desenhos animados.

Aliás, o termo multimídia tem sido muito empregado, porém, muitos escutam a palavra, mas realmente não sabem o que significa. Isso é provavelmente devido ao termo ter sido conectado com muitas ferramentas tecnológicas.

⁸ <http://www.sbdi.org.br/designdainformacao.html>

⁹ LETURIA, Elio. ?Qué es infografía? Revista Latina de Comunicación. Abr. 1998, número 4. Disponível em <www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm> Acessado em 24 de setembro de 2002.

¹⁰ Documentação infográfica da Society for News Design, Capítulo Espanhol. Facultad de Ciencias de la Información. Universidade de Navarra, 1991, p.2

Multimídia significa diferentes coisas para diferentes pessoas. Algumas associam o termo multimídia com videogames e outros dispositivos ativados por voz.

“Multi significa mais do que um, e mídia significa uma forma de comunicação. Multimídia na Internet significa a integração de pelo menos duas mídias. Essa mídia pode incluir texto, fotografia, áudio, música, animação e vídeo. Pense multimídia na Internet como uma combinação de tecnologias. A tecnologia é alguma coisa que faz alguma coisa mais eficiente e o uso da multimídia faz os computadores mais eficientes e fáceis de usar fornecendo-lhes mais capacidades”¹¹

Além dos dispositivos multimídias, a possibilidade do hiperlink. Um link ou uma palavra sublinhada em um texto é um indicador visual de que o usuário pode acessar outro conteúdo a partir de um clique. Essa possibilidade, tão comum dentro da lógica de navegação em um website, é talvez a ferramenta mais revolucionária quando utilizada no conteúdo jornalístico.

Ela permite que o consumidor de notícias online faça a sua própria rota, realizando o seu próprio caminho dentro da história. Apesar de os caminhos serem pré-definidos à princípio, depois de certos níveis de navegação o controle sobre a rota do internauta se perde na imensidão das conexões no mundo cibernético.

Para Raymond Colle¹², a infografia que conhecemos por sua presença na imprensa configura uma nova forma de “escrita” icônica, que Pierre Lévy chama de “ideografia dinâmica”, a qual está pouco a pouco aparecendo nos meios audiovisuais (televisão) e hipertextuais (www).

Quando se utiliza um infográfico multimídia

Diferentemente do que acontece no meio impresso, quando a função de um infográfico, muitas vezes, é dar um caráter “mais leve” à página, utilizando-o como se fosse uma ilustração, a infografia multimídia incorpora outros elementos proporcionados pela tecnologia digital, como recuperabilidade da informação, adição de vídeo, áudio, navegação não-linear e interatividade.

Essa nova forma de apresentar uma notícia sofrerá grandes transformações até achar o seu ponto ideal, ou seja, se consolidar como gênero jornalístico.

“A apresentação de uma história será muito diferente do que nós vemos hoje. Ela terá menos domínio do texto. Haverá mais vídeo interativo; isso será muito mais comum. Temos criados novos formatos de roteiro de notícias, que muitos profissionais não conseguem perceber atualmente. E tal tratamento não será limitado a poucos fatos importantes nacionais e internacionais. A produção se tornará fácil e barata o bastante que poderá ser fornecida no local da cobertura, devido à grande melhora das ferramentas de produção”, afirma Steve Outing, editor sênior do Poynter Institute for Media Studies.¹³

Porém, com o aumento da velocidade das conexões de internet, principalmente, nos EUA, a infografia tem-se incorporado às mídias vídeo e áudio, por exemplo, se transformando muitas vezes em parte importante de uma história multimídia. Para Jane Stevens, no artigo *Choosing a Story*¹⁴, a história

¹¹ GEHRIS, Dennis O. Using Multimedia Tools and Applications on the Internet. EUA: Internet Media Group, 1998, p. 6

¹² COLLE, Raymond. La ideografía dinámica. Revista Latina de Comunicación Social. Mai./1999, número 17,

¹³ OUTING, Steve. On the future for digital journalists and multimedia news. Disponível em www.journalism.co.uk/profiles/profile10.shtml. Acessado em 10 de junho de 2004.

¹⁴ STEVENS, Jane. *Choosing a Story*. Disponível em <http://journalism.berkeley.edu/multimedia>. Acessado em 10 de julho de 2004

multimídia é a combinação de texto, imagens estáticas (fotografias), vídeo, áudio, gráficos, ilustrações, mapas e interatividade presente em um website, num formato não-linear, em que a informação em cada meio funciona como complemento, não sendo redundante.

Portanto, o infográfico multimídia começa, além de ser um gênero jornalístico, a assumir parte importante na criação de linguagem jornalística multimídia, pela adição de elementos impossíveis de serem acrescentados aos meios físicos, como no jornal impresso.

Para Jane Stevens a possibilidade da utilização da linguagem não-linear significa que ao contrário de ver uma narrativa estruturada rigidamente, o usuário escolhe como navegar através dos elementos de uma história. Sem ser redundante, significa ter ao contrário de uma versão de texto, uma história acompanhada de um vídeo clip que essencialmente fala da mesma história, onde se usam diferentes mídias para contar partes dela. A chave é usar o formato de mídia (vídeo, áudio, fotos, texto e animação), que apresentarão um segmento da história de uma forma atraente e informativa.

“Outra importante característica na narrativa da história multimídia é poder contextualizar e dar continuidade. A história multimídia é formada por blocos que fazem parte de uma arquitetura que fornece informação de apoio sustentando a história. Isso poderia incluir elementos vindos de databases, linhas do tempo, infografias que listam histórias correlatas, links para outros recursos e fóruns online, no caso do produto estar na Internet. A informação de cada bloco dá ao usuário a contextualização da história e onde ela se relaciona com outras no mesmo tópico.”¹⁵

Porém, como acontece com o infográfico impresso, a infografia no formato multimídia também necessita de uma boa história, cheia de elementos que contextualizam e explicam o fato. No caso do meio digital, as melhores são multidimensionais. Elas incluem ação para produzir um bom vídeo, um processo que pode ser ilustrado com um infográfico (Como os tornados se formam ou como é realizada uma nova cirurgia), alguém que pode dar alguma importante citação em áudio ou vídeo e transmitir fortes emoções através de fotos e áudio.

Dentro de um roteiro não-linear de uma história multimídia, a parte que funciona melhor com infográficos é onde as câmeras de vídeo, fotográficas e microfones não podem ir, como dentro de células humanas ou a milhões de milhas dentro do espaço. Jane Stevens mostra que cada meio utilizado na história multimídia deve ser complementar ao outro, mas sem ser redundante. Porém, uma pequena sobreposição do infográfico com as outras diferentes mídias é aceitável. “Também é útil ter alguma sobreposição entre partes não lineares da história, como forma de convidar aos leitores a explorarem outras partes da história. Mas não tente combinar cada elemento da história com o meio que melhor o expressa”, explica.

¹⁵ Ibid.

Infográficos: o Flash como recurso no Jornalismo

A produção de gráficos interativos é uma excelente contribuição do Flash ao jornalismo, tanto para se aplicado em websites, como CD-ROM e DVD. Para o jovem produtor de infográficos, Frederick van Amstel, ainda estamos como os primeiros fotógrafos que usavam flashes de magnésio.

“O primeiro flash era apenas um punhado de magnésio que, quando acendido, provocava clarão. Esse flash matou fotojornalistas que cometeram algum erro no seu manuseio. Hoje, o Macromedia Flash, por mais que muitos torçam o nariz, está ajudando a matar o jornalismo como conhecemos: linear, uníssono, hermético. Ele é sim uma ferramenta de hipermídia e carece de ser utilizado com tal. Jornalistas, mãos-a-obra!”¹⁶

Em um artigo publicado no website do Instituto Poynter, em Tampa, na Flórida (EUA), Mônica L. Moses afirma que “o Flash permite ao usuário selecionar as informações que quer ver, peça por peça, eliminando *scrolling* e recuperação rápida da informação, trazendo a informação para o usuário”.¹⁷ A articulista diz que as primeiras tentativas de se utilizar uma linguagem multimídia para explicar um fato na web nasceram há mais ou menos 10 anos, quando os Estados Unidos estavam preparando outra guerra no Oriente Médio. E todos os jornalistas-infografistas no mundo foram trabalhar construindo mapas detalhados da região, esquemas de operações militares e no detalhamento de equipamentos bélicos, como os famosos mísseis Scuds. Para Mônica L. Moses, a situação é diferente agora, “com a tecnologia disponível para realizar um infográficos. Pela primeira vez, o uso dos softwares de animação, por jornalistas, permite fazer aviões voando, armas disparando e prédios se desmoronando.”

Após os atos terroristas de 11 de setembro, outro fato que marca o avanço da infografia multimídia é a cobertura da invasão do Iraque pelos EUA. Para o diretor de arte do Charlotte Observer, Jô Miller, essa não é uma guerra que pode ser coberta somente fotograficamente. “Porque ela não é uma guerra tradicional com um tradicional campo de batalha”¹⁸. Miller espera obter informações de fontes militares para criar gráficos explicativos, após os fatos. Conforme exemplo do trabalho realizado pelo El mundo.

¹⁶ AMSTEL, Frederick van. Infográficos: o Flash como recurso no jornalismo. Disponível em <http://webinsider.uol.com.br/vernoticia.php?id=1802>. Acessado em 10 de junho de 2004.

¹⁷ MOSES, Monica L. New Graphics for a New War. Disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=6218. Acessado em 10 de junho de 2004

¹⁸ MOSES, Monica L. New Graphics for a New War. Disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=6218. Acessado em 10 de junho de 2004

elmundo.es BUSQUEDAS En Internet

60 segundos Edición impresa | Cartelera | Callejero | Servicios | Gráficos | **Charlas** | Tienda | Juegos | Loterías | Clasificados

gráficos interactivos

FOTOGRAFÍA

Vea las imágenes del España-Rusia
La afición española toma el Algarve

Sadam Husein, capturado

Portada | Captura

Información: Agencias / Elaboración propia | Gráfico: elmundo.es | e-mail

GALERIA DE GRÁFICOS Si no tienes el plug-in de Macromedia Flash MX, consíguelo gratis [aquí](#)

Fonte: http://www.elmundo.es/elmundo/2003/graficos/dic/s3/captura_dos.html

Em outro campo de atuação, no fotojornalismo, a construção de uma narrativa digital não-linear para se contar uma história jornalística também funciona bem, de acordo com Jen Friedberg, um fotojornalista do Fort Worth Star-Telegram (EUA). Utilizando o Flash para sedimentar todo o seu trabalho fotográfico, Friedeberg diz que a construção de uma história multimídia faz com que ele tome mais consciência do áudio em sua tarefa.

“Em toda a reportagem, eu abro bem os olhos e ouvidos esperando ver se encontro alguma coisa que poderia ser transmitida para um projeto multimídia. Agora, eu não limito minha atuação profissional em função do limite de espaço. É um novo tipo de roteiro que combina o melhor aspecto do rádio e jornal. Ele é um novo espaço para um documentário fotojornalístico on-line, melhorando a qualidade da informação entregue aos usuários”.¹⁹

¹⁹ CONNEEN, Anne. Multimedia Storytelling: A Roadmap. Disponível em www.poynter.org/column.asp?id=47&aid=65972. Acessado em 10 de junho de 2004

Bibliografia

AMSTEL, Frederick van. **Infográficos: o Flash como recurso no jornalismo**. Disponível em <http://webinsider.uol.com.br/vernoticia.php?id=1802>. Acessado em 10 de junho de 2004.

COLLE, Raymond. **La ideografía dinámica**. Revista Latina de Comunicación Social. Mai./1999, número 17.

DINES, Alberto. **As Bruxas querem saber: o que emociona no desastre do Fokker – texto ou infográficos**. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com. Acessado em 10 de junho de 2004.

Disponível em <www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm> Acessado em 24 de setembro de 2002.

Documentação infográfica da Society for News Design, Capítulo Espanhol. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais & Símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GEHRIS, Dennis O. Using **Multimedia Tools and Applications on the Internet**. EUA: Internet Media Group, 1998.

LETURIA, Elio. **?Qué es infografía?** Revista Latina de Comunicación. Abr. 1998, número 4.

MOSES, Monica L. **New Graphics for a New War**. Disponível em www.poynter.org/content/content_view.asp?id=6218. Acessado em 10 de junho de 2004.

OUTING, Steve. **On the future for digital journalists and multimedia news**. Disponível em www.journalism.co.uk/profiles/profile10.shtml. Acessado em 10 de junho de 2004.

PELTZER, Gonzalo. **Jornalismo Iconográfico**. Madrid: Planeta Editora, 1991.

STEVENS, Jane. **Choosing a Story**. Disponível em <http://journalism.berkeley.edu/multimedia>. Acessado em 10 de julho de 2004.