

Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia¹

Raquel Ritter LONGHI²

Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo:

Os chamados “especiais multimídia” reúnem em um mesmo ambiente a linguagem textual, sonora e visual, constituindo-se em formatos noticiosos completos, com autonomia enunciativa. Apesar de considerados formatos inovadores do ponto de vista do uso da linguagem hipermídia, esses produtos ainda estão “escondidos” nos sites jornalísticos, sendo poucos os casos em que são localizáveis na estrutura do site noticioso. Este artigo tem o objetivo de colaborar para a definição do formato “especial multimídia”, verificando o espaço que ocupa este tipo de produto em alguns sites, e agregando elementos para a definição da sua linguagem, a partir de uma verificação dos conceitos de “multimedialidade por integração” (Ramón Salaverría, 2005) e intermídia (Longhi, 2008).

Palavras-chave: especiais multimídia; hipermídia; intermídia

1. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia

Em seus quase quinze anos de existência, o jornalismo online tem explorado as características dos meios digitais na tentativa de desenvolver uma linguagem própria. Vários estudos apontam essas especificidades da linguagem webjornalística, como os trabalhos de Mark Deuze (2001), Ramón Salaverría e Javier Dias Noci (2003), Concha Edo (2003), Luciana Mielniczuk (2003), Marcos Palácios (2003), Machado et al (2003), Ainara Larronda (2004), Melinda McAdams (2005), João Canavilhas (2007), dentre outros.

As práticas jornalísticas no universo dos meios digitais online de comunicação requerem a compreensão das mutações pelas quais passa a linguagem. Características como hipertextualidade (aqui incluída a hipermídia), a multimedialidade e a

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Curso de Jornalismo da UFSC, email: raqlonghi@gmail.com.

interatividade, próprias do discurso jornalístico digital, como aponta Larrondo Ureta (2004: 1), dentre outros autores, são responsáveis pelas mutações nos formatos jornalísticos nos meios digitais. Poucos estudos, porém, se dedicam de forma mais aprofundada às questões conceituais relativas aos formatos específicos de linguagens nos meios jornalísticos digitais (Longhi, 2008: 2), que compreendem o que está sendo definido como “especiais multimídia”.

As narrativas multimidiáticas no webjornalismo têm se desenvolvido de maneira exponencial, num crescimento estimulado pelos avanços técnicos de hardware e software. Programas de criação como o *Flash*³, por exemplo, chegaram a ser apontados, pela professora e pesquisadora Mindy McAdams, como a ferramenta ideal para criação e ao mesmo tempo, disponibilização de conteúdos multimídia no webjornalismo, definidos como *multimedia packages* (2005: 23). O atual estado da arte das narrativas multimídia no webjornalismo mostra que grande parte desses conteúdos são, efetivamente, produzidos com o Flash, no que se convencionou chamar de Flashjournalism (McAdams, 2005). Tais narrativas incluem variados tipos, que vão desde a infografia interativa, até o chamado “especial multimídia”, passando pelo slide-show com áudio e outras manifestações do jornalismo multimídia na Web.

Entretanto, por se tratar de uma imensa gama de formatos diferentes, que utilizam os recursos da hipermídia, como a interatividade, a multilinearidade e a adição de elementos multimídia, esse tipo de produto webjornalístico carece de uma definição mais apurada. A nomenclatura “especial multimídia” tem sido usada para definir a web-reportagem que se utiliza de elementos multimidiáticos integrados (imagens, sons e texto verbal), sendo também chamada de reportagem multimídia, narrativas multimídia, dentre outros, para citar apenas a língua Portuguesa.

Levando em conta essas diferentes opções pelo uso dos termos para definir os especiais multimídia, e sua utilização como formato noticioso, é que tentamos responder, neste artigo, às seguintes questões: qual seria a melhor definição para o especial multimídia? E ainda, qual é o espaço que o webjornalismo concede ao especial multimídia na sua pauta diária?

Em 2008, durante o Simpósio Internacional de Jornalismo Online, na Universidade do Texas, uma mesa coordenada pela professora Nora Paul discutiu “A

³ Marca registrada da Adobe, anteriormente, pertencente à Macromedia.

transformação das técnicas narrativas – Como o vídeo e as características interativas estão mudando as novas rotinas de produção”. Os participantes, Brian Storm, do *MediaStorm*, estúdio de produção de pacotes multimídia que tem parceria com o Washington Post e a agência *Reuters*, dentre outros; Andrew DeVigal, editor multimídia do *N. Y. Times.com* e Jorge Sanhueza-Lyon, vídeo-jornalista do site *Statesman.com*. discutiam, entre outras coisas, a respeito da presença dos elementos multimidiáticos nas narrativas webjornalísticas. Um dos aspectos analisados dizia respeito a serem tais produtos conteúdos adicionais ou pacotes completos de informação. Dentre as questões apontadas, a necessidade de mudança de mentalidade quanto à presença de tais conteúdos no *webjornalismo*. Sanhueza-Lyon observava que os usuários recorrem ao site “para obter algo extra sobre a informação, mas isso precisa mudar, pois o site deve apresentar o pacote completo de informação, não apenas o extra”⁴.

Um outro aspecto interessante discutido, diz respeito à integração da multimídia. Andrew De Vigal, do *Times*, observava os produtos híbridos que estão sendo produzidos pelo site, reunindo gráficos interativos, fotos e vídeo, usando bases de dados integradas⁵. As nomenclaturas “especiais”, ou “multimídia”, aplicam-se a diferentes formatos, que têm, todos, uma mesma característica: a presença de elementos multimídia, integrados ou não, tais como texto, som e imagem, em movimento ou estáticas. No sentido de melhor ilustrar este cenário, escolhemos aleatoriamente, para este trabalho, os sites noticiosos *Clarín.com* e *N. Y. Times*. Para ilustrar a linguagem e o tipo de formato, iremos verificar o especial “Crisis Guide: Climate Changes”, produzido pelo *MediaStorm* para o *Council of Foreign Relations – CFR*.

2. O que é especial multimídia?

Em seu trabalho sobre a reportagem nos meios digitais, Larrondo Ureta discorre sobre a “reinvenção” desse formato no jornalismo online, proporcionada pela hipermídia. Para a autora, “a chegada de uma nova modalidade textual como o hipertexto informativo reconfigura os gêneros jornalísticos tal e como o conhecemos no meio impresso” (Larrondo Ureta, 2004: 5). A reportagem hipertextual, então, para ela, seria “uma modalidade que está em busca de sua especificidade em um relato não-

⁴ Tradução nossa.

⁵ Tradução nossa.

sequencial e multimídia” (Larrondo Ureta, 2004: 9). A compreensão de tais especificidades passa pelo entendimento e aprofundamento nas questões relativas à convergência de linguagens propiciadas pelos meios digitais. Dois conceitos vêm colaborar neste entendimento, o de multimídia por integração (Salaverría, 2005) e a intermídia (Longhi, 2008).

Salaverría observa que o uso da multimídia nos cibermeios atuais pode ser considerado como muito modesto. A maioria dos cibermeios que se apresentam como ‘multimídia’ em realidade oferecem apenas textos, imagens e sons que se podem consumir de maneira separada ou consecutiva. Somente alguns cibermeios, para o autor, precisamente aqueles de vanguarda, começaram a experimentar com a combinação desses elementos multimídia em um único discurso (Salaverría, 2005: 57-58)⁶.

O autor salienta que os cibermeios utilizam a multimídia em dois aspectos diferentes: por justaposição, quando os elementos – textos, imagens e sons estão colocados lado a lado, desagregadamente (2005: 58), e por integração, quando tais elementos são reunidos no mesmo suporte e possuem unidade comunicativa. São articulados em um discurso único e coerente.

Já o português João Canavilhas (2007), ao propor um modelo para a webnotícia, aponta para a flexibilidade e dinamicidade das narrativas hipermidiáticas na Web, caracterizadas por três conceitos-chave: hipertextualidade, multimídia e interatividade (Canavilhas, 2007: 7). O autor avalia tais especificidades em sua relação com a personalização da notícia e com a configuração de uma linguagem própria do meio, apontando, entretanto, que, sendo um fenômeno recente, o webjornalismo não tem modelos estáveis para a notícia (Canavilhas, 2007: 9). Ele aponta, entretanto, a existência de uma linguagem webjornalística com características muito peculiares, ao utilizar códigos de todos os meios de comunicação.

Dentre os estudos mais recentes sobre as linguagens hipermidiáticas, é útil o conceito de intermídia, que se presta para definir uma linguagem que aposta na “fusão conceitual, formando uma terceira linguagem” (Longhi, 2008). Neste sentido, o conceito de intermídia vem de encontro à posição de Salaverría, que sublinha a reunião de elementos com o resultado final de unidade comunicativa.

⁶ Tradução nossa.

Intermídia traduz-se na efetiva combinação e integração dos elementos multimídia, ou seja, um formato novo, diferente daqueles que operam para lhe dar configuração, através da combinação e rearranjo. Ainda que apareça denominado com vários nomes, o formato que entendemos como “especial multimídia” poderia ser definido levando-se em conta dois aspectos principais: as características de sua linguagem e as características ligadas ao gênero de formato informativo. Sobre esse segundo aspecto, uma vez que podemos entender o especial multimídia como uma espécie de herdeiro da grande reportagem do impresso, e verificando o quadro classificatório proposto por Noci e Salaverría para os gêneros do webjornalismo (*apud* Palácios e Noci, 2009: 24), uma melhor classificação definiria o especial multimídia dentro da categoria “gêneros interpretativos”. Por outro lado, há que levar em conta que, dentro do que se entende por especial multimídia, aparecem formatos tão diversos como entrevistas, depoimentos, documentários, todos eles, classificáveis, segundo as teorias canônicas do jornalismo, como gêneros. Esses podem ser entendidos como “modelos textuais caracterizados por certas convenções estilísticas e retóricas” (Díaz Noci & Salaverría, 2003:39; Salaverría, 2004, *apud* Bertochi, 2005). Tratam-se de “diferentes modalidades da criação lingüística destinadas a serem canalizadas por qualquer meio de difusão coletiva e com o ânimo de atender a dois dos grandes objetivos da informação de atualidade: o relato de acontecimentos e o juízo valorativo que provocam tais acontecimentos” (Albertos, 1992:213,392, *apud* Bertochi, 2005).

Na tentativa de colaborar na definição de especial multimídia, parece-nos importante atentar para a convergência não somente de linguagens mas também de gêneros. Estudos mais aprofundados sobre gêneros jornalísticos online são encontrados em autores já citados, como Noci e Salaverría (2003), Bertochi (2005), dentre outros, por isso não entraremos mais especificamente no estudo dos gêneros neste artigo. Analisando o formato do especial multimídia, entretanto, e com a colaboração de outros autores, poderíamos classificá-los como gênero. Da mesma forma, poderíamos definir o especial multimídia como:

“Grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear”.

Cabe ressaltar alguns termos utilizados nesta definição: entende-se por formatos de linguagem multimídia convergentes, aqueles compostos por linguagem textual, sonora e/ou visual, como arquivos de imagens em movimento e estáticas, representação textual e arquivos de som. São convergentes, por estarem dispostos de modo integrado, ou seja, em uma mesma janela e apresentando unidade informativa ou coesão (Salaverría, 2005). Já o conceito de “pacote de informação”, é utilizado aqui como um conjunto informativo configurado com um software específico, como o Flash, segundo Mindy McAdams (2005).

3. Integração e intermídia: *N. Y. Times* e *Clarín.com*

Para melhor exemplificar este estudo dos especiais multimídia, iremos analisar brevemente, no espaço deste artigo, como esses formatos aparecem nos sítios dos jornais online *N. Y. Times* e *Clarín.com.*, do ponto de vista editorial.

O *N. Y. Times*⁷, na sua seção *Multimedia*, apresenta vídeos, áudio-slide-shows e slide-shows, *interactive features* e *interactive graphics*. Tais formatos aparecem de duas maneiras: *justapostos*, ou seja, apresentados como arquivos de imagens (vídeo, fotos e slide-shows) ou sons (entrevistas) ou *integrados* (os grifos são nossos), para usarmos as definições de Salaverría (2005), o que se verifica nos *áudio slide-shows (fotos e sons)*, nas *interactive features* (imagens “navegáveis”, controladas pelo mouse), ou *interactive graphics* (combinação de texto, imagem, gráficos, sons e fotos num mesmo “pacote”). Desta forma, os conteúdos efetivamente obedecem a uma combinação e rearranjo das respectivas linguagens, o que, para o mesmo autor, tipifica a multimedialidade por integração: reunidos em um mesmo discurso, articulados e com coerência (Salaverría, 2005: 59).

Gráficos e materiais interativos também aparecem no corpo de notícias, como no caso da cobertura da morte de Michael Jackson, a partir do dia 25 de junho de 2009, e que contou com diversos tipos de produtos multimídia, como infográficos interativos (“Michael Jackson’s Legacy: Readers React”)⁸, infográficos em forma de linha do

⁷ <http://www.nytimes.com/>

⁸ <http://www.nytimes.com/interactive/2009/06/25/arts/jackson-legacy.html>

tempo, com adição de áudio e vídeos, esses últimos, conectados diretamente ao site *YouTube*, além de arquivos de texto (“A Life in Pop”)⁹, vídeos e *slide-shows*.

Podendo ser acessados via seção *Multimedia*, ou a partir de certas matérias de capa, como mostra o caso da cobertura da morte de Jackson, o conteúdo multimídia no *N.Y. Times* parece ser produto de uma decisão editorial de valorização deste tipo de linguagem. O jornal norte-americano mostra, assim, uma clara opção pelo conteúdo multimídia e, mais ainda, pelos especiais multimídia.

Já no *Clarín.com*¹⁰, verifica-se uma opção editorial pelos especiais multimídia mais obscura. O fato causa estranheza, uma vez que tais produtos contam com uma seção própria, *Especiales Multimedia*, e já são famosos pela quantidade de prêmios de jornalismo que tem recebido nos últimos anos¹¹. A seção de especiais multimídia do *Clarín.com* apresenta, além dos especiais propriamente ditos, *fotorreportages*, constituídos por *slide-shows* com áudio, com narração em *off* e/ou música. Dentre os conteúdos, destacam-se a guerra contra as drogas (“Ay México Lindo, la Narcoguerra”); a corrida presidencial norte-americana nas eleições de 2008 (“Ruta 66”); as migrações sociais (“Cayucos”, ganhador do Prêmio da *Society for News Design* em 2009); datas históricas como os 25 anos da Guerra das Malvinas (“Malvinas 25 Anos, una Herida Abierta”), também premiado, com o prêmio *The Communicator Awards*¹².

Apesar de tudo isso, muitas vezes é difícil aceder aos especiais multimídia no site do jornal. Na edição do dia 26 de junho, por exemplo, eles poderiam ser acessados apenas através de um link – *Ver más especiales*¹³, – constante em uma nota sobre um *slide-show*, “Mundo em Crisis”. (Fig. 1).

⁹ http://www.nytimes.com/interactive/2009/06/26/arts/music/20090626_JACKSON_TIMELINE.html

¹⁰ <http://www.clarin.com/>

¹¹ Desde 2002, quando “Piqueteros, la cara oculta de um fenômeno” recebeu o prêmio da Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, os produtos multimídia do Clarín têm recebido diversos prêmios internacionais de jornalismo e design.

¹² Todos acessáveis a partir do link: <http://www.clarin.com/diario/especiales/>

¹³ <http://www.clarin.com/diario/especiales/index.html>



FIGURA 1. Única menção aos especiais multimídia do *Clarín.com* na capa do dia 26/06/2009, junto da chamada para o slide-show “Mundo en Crisis”.

FONTE: <http://www.clarin.com/>

Já quem procurou pelos especiais multimídia na edição do dia 07 de julho de 2009, em nenhum momento encontrou o que procurava. O *Clarín.com* tem uma equipe de profissionais específica para a produção de especiais multimídia. Lançado em 1996, o jornal reúne cerca de 80 profissionais – 70 jornalistas e 10 da área de Informática. Foi a partir da reforma estrutural de 2007 que o jornal re-elaborou sua arquitetura e desenho, consolidando o caráter multimídia, através da multiplicação da oferta de blogs e um *player* de vídeos noticiosos no topo da página, segundo estudo de Mauro Silveira (2008).

Sobre tal ausência, Horacio Bilbao, editor de Videonotas do jornal, disse que:

Más que una cuestión editorial, resulta un olvido imperdonable. Pero supongo que tiene que ver con ciertas políticas de medios, que atienden más el último momento (breaking news) que los contenidos propios. Hemos hecho varios pedidos para tener una presencia de producciones y trabajos de investigación en la portada, pero los ritmos de cualquier modificación de este tipo van a contramano de la flexibilidad que debería permitir un sitio de Internet”. (BILBAO, 2009, por email).

Ou seja, no caso do *Clarín.com*, apesar de se tratarem de conteúdos investigativos próprios, os especiais multimídia ficam na dependência de um espaço entre o conteúdo diário do jornal, que, na sua maior parte, prioriza as notícias do momento. O especial, desta forma, tem seu lugar na seção própria, a ele destinado, como uma vitrine onde se dá a exploração da multimídia e da criatividade jornalística na conformação de um gênero que caminha em busca de sua independência dentro da estrutura noticiosa do site.

4. Diversidade de linguagens

A maior parte dos especiais multimídia são amplas coberturas temáticas, com uma gama de aproximações e formatos narrativos dentro da grande estrutura possibilitada pelo Flash: em muitos casos, ao lado das informações textuais, há possibilidade de ver e ouvir entrevistas em vídeo e áudio, depoimentos, além de *slide-shows* e infográficos.

Os produtos jornalísticos que começaram a utilizar o *Flash* teriam sido *slide-shows*, em 2001. Oito anos depois, em 2009 o jornalismo digital tem explorado o uso do Flash na criação de especiais multimídia, aproveitando cada vez mais as possibilidades do software, como mostram exemplos do *Clarín.com*, *El Mundo*, *El País*, *USA Today*, *Washington Post*, *MSNBC*, especiais produzidos pela *Reuters*, *Associated Press*, dentre outros.

Dentre o grande número desses formatos em sites jornalísticos, escolhemos analisar, para melhor exemplificar a diversidade de linguagens e gêneros que se configuram nestes produtos, o especial “Crisis Guide: Climate Change” (Fig. 2)¹⁴, produzido pelo *MediaStorm* para o *CFR – Council on Foreign Relations*. Organizado em sete partes, compõe-se de uma narrativa que engloba *slide-shows*, entrevistas em vídeo, textos verbais, sempre com a possibilidade de interação com o usuário/leitor.

Interactive

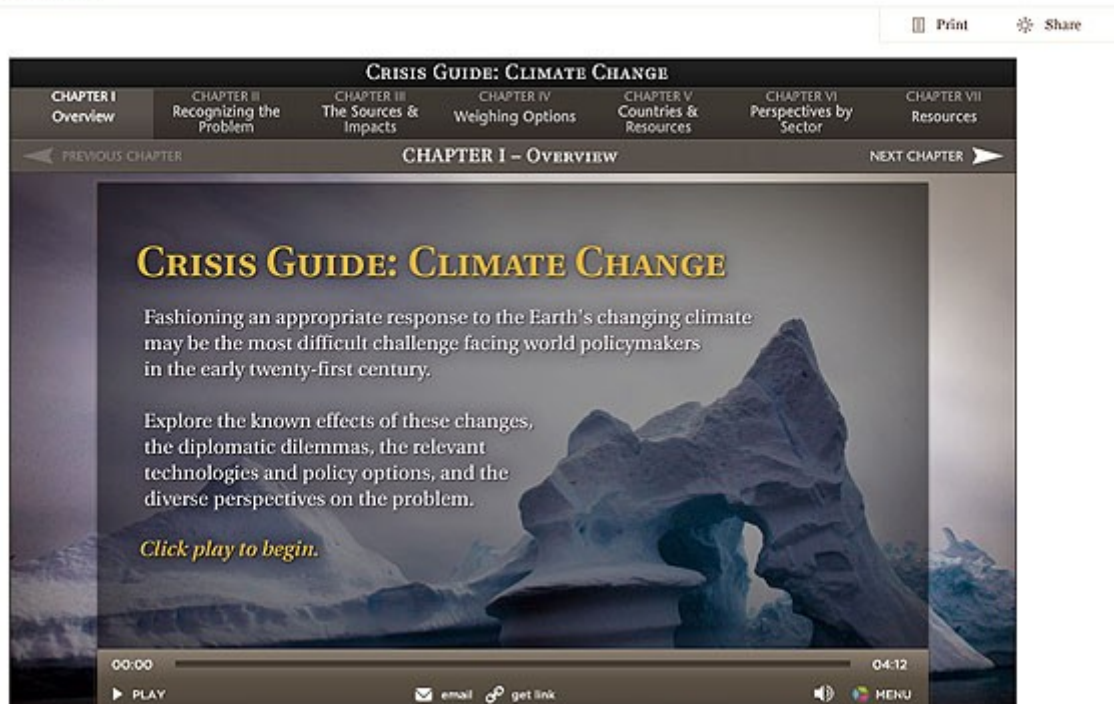


FIGURA 2. “Crisis Guide: Climate Change”, especial multimídia produzido pelo MediaStorm.

FONTE: http://www.cfr.org/publication/17088/crisis_guide.html

A seção *Chapter I - Overview* traz uma introdução, com as falas dos presidentes da China, Índia, EUA, entremeadas por fotos em forma de slide-show, com auxílio da música, clássica; *Chapter II – recognizing the problem*, entrevistas com especialistas, que respondem a uma série de perguntas, clicáveis pelo usuário, com o apoio de textos adicionais na parte inferior da imagem. Uma delas leva ao relatório do IPCC sobre mudanças climáticas em 2008. Membros do CFR respondem a questões sobre o tema das mudanças climáticas. Em *Chapter III – The sources and impacts*, o assunto são as fontes de energia, a infraestrutura e o impacto ambiental, através de entrevistas com membros e especialistas da CFR e imagens em slideshows, além de textos sobre cada um dos itens abordados. Os textos apresentam links para as matérias em jornais relacionadas, ou publicações nas páginas do CFR e outras fontes de documentação. No cap. IV - *Weighing options*, são comentadas as opções de energia em uma narração em *off* que acompanha um slide-show, com mais informações que podem ser acessadas na parte inferior, sobre políticas, energia e infra-estrutura e avanços tecnológicos, cada um

deles abrindo fotos e textos adicionais, com links para outros documentos. A seção *Chapter V – countries and resources* é um infográfico mostrando a divisão dos países e seus dados em relação a diversas categorias, como emissões de CO2 por pessoa, por país, crescimento populacional, uso de energia per capita, etc. *Chapter six – Perspectives by sector*, traz depoimentos de especialistas em vários setores sobre os desafios das mudanças climáticas, como saúde global, energia, economia, etc; o capítulo VII, *Resources*, apresenta a lista de todos os entrevistados e documentos adicionais, tudo com links para suas páginas e sites de origem, ou informações sobre os mesmos.

Essa breve descrição mostra os diferentes tipos de conteúdos lingüísticos e narrativos presentes no especial, como textos verbais, imagens, vídeos, infográficos. Ao mesmo tempo em que há uma combinação de linguagens com fins informativos, numa integração para a eficácia do conteúdo, resultando em uma narrativa intermídia, o especial faz o arranjo de distintos tipos de gêneros, como a entrevista, o relatório, a narrativa audiovisual *do slide-show*, dentre outros.

5. Considerações finais

Assim como a palavra interatividade marcou um primeiro momento da exploração da linguagem hipermídia do ambiente *online* de informação, sendo usada, inclusive, em outros meios, como a tv e o rádio, hoje a multimídia ocupa este espaço. Explorados ou não à exaustão, os conteúdos multimídia têm deixado sua marca na linguagem webjornalística, alguns, apenas justapostos, outros realmente integrados em narrativas intermídia, onde a combinação de linguagens produz novas linguagens, e o arranjo dos gêneros resulta em novos gêneros, que podemos definir como especiais multimídia.

O que se verifica, até o momento, é que o que começou como uma utilização tímida da multimídia (observada por autores como Salaverría, 2005), tornou-se um tipo de produto onde se dá a melhor exploração das características multimídia dos meios digitais o que, embora prenuncie um desenvolvimento dos formatos da notícia mais específicos do meio (Longhi, 2008), ainda está longe de ter lugar de destaque nos meios *online*.

Quando se busca o lugar dos especiais multimídia no webjornalismo, percebe-se uma profusão de formatos multimídia, como *slide-shows*, vídeos, entrevistas em áudio,

etc que são disponibilizados mais como conteúdos justapostos do que integrados. A integração, que efetivamente se dá em formatos como os especiais multimídia, que incluem *áudio-slide-shows*, fotorreportagens, gráficos interativos, dentre outros, fica restrita a sessões especiais.

Por fim, numa tentativa de definição, acreditamos que o especial multimídia é um produto que reúne diferentes linguagens recombinadas em diferentes narrativas e gêneros, tornando-se um gênero jornalístico próprio dos meios digitais.

6. Referências

- BERTOCHI, Daniela. “Gêneros jornalísticos em espaços digitais”. In: Actas da Sopcom, 2005. Disponível em: <http://www.sopcom.pt/actas.php?ano=&codtema=8> (acesso em 30 de junho de 2009).
- CANAVILHAS, João. **Webnoticia**. Propuesta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã, Livros LabCom, 2007.
- DEUZE, Mark. **Media Work (Digital Media and Society)**. Cambridge, UK, Ed. Polity Press, 2007.
- EDO, Concha. “Rasgos y Normas del estilo ciberperiodístico”. In: SALAVERRÍA, Ramón e Noci, Javier Dias. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: Comprender los Nuevos Medios**. Buenos Aires: Ed. Granica, 1998.
- HIGGINS, Dick. **Horizons. The Poetics and Theory of the Intermedia**. Carbondale and Edwardsville: Southern Illinois University Press, 1984.
- LARRONDO URETA, Ainara. “El reportaje se reinventa em la red: estructura del reportaje hipertextual”. Disponível em: www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm
- LIMA Jr., Walter. “Infografia multimedia avança na vanguarda do jornalismo mundial”. In: V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, Salvador, 2004.
- LONGHI, Raquel R. “Intermedia, ou Para entender as Poéticas Digitais”. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002. Anais. Salvador: Intercom, 2002. Disponível em: http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP7LONGHI.pdf
- _____. “Infografia online: narrativa intermídia”. In: 17ª Compós, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=22&mmenu=6&gm=int>i=arqul&ordem=3&grupo1=9D>
- McADAMS, Mindy. **Flashjournalism**. How to create multimedia news packages. Amsterdam: Elsevier, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

MANOVICH, Lev. **El language de los nuevos medios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MIELNICZUK, Luciana. “A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate”. Artigo apresentado ao Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, no XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação – Intercom, 2002.

_____. “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”. In: MACHADO, E. e Palácios, M. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra/Ed. Gjol, 2003.

NOCI, Javier Díaz Noci e Palácios, Marcos (eds.). **Ciberperiodismo: Métodos de investigación**. Uma aproximación multidisciplinar em perspectiva comparada. PDF.

PALÁCIOS, Marcos. “Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória”. In: Machado, E. e Palácios, M. (orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra/Ed. Gjol, 2003.

PALÁCIOS, Marcos e NOCI, Javier Diaz (eds.). **Online journalism: research methods**. A multidisciplinary approach in comparative perspective. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción Periodística em Internet**. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, S.A, EUNSA, 2005.

_____. e Noci, Javier Dias. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.

SILVEIRA, Mauro. Projeto de pesquisa “Clarín.com e as possibilidades de convergência entre o jornalismo impresso e o jornalismo digital”, disponível em: <http://posjor.ufsc.br/curso/projeto/512>