



**Edição visual na reportagem multimídia:
questões de design e da produção da imagem jornalística¹**

*Visual editing in multimedia reporting:
questions of design and journalistic image production*

Yara Medeiros dos SANTOS²
Sebastião Rocha ARAÚJO³
Laiza Cristina de Sousa REGO⁴

Resumo

Neste trabalho foram observadas reportagens multimídia buscando compreender como a edição visual contribui para a qualidade da informação jornalística. Utilizamos como objeto produções de mídias independentes da região Nordeste do Brasil. Foram selecionadas 13 reportagens com base no recorte temático de denúncias de violência e de violação dos direitos humanos. A metodologia inclui as pesquisas bibliográfica, documental e a análise temática. As reportagens foram selecionadas e observadas de forma quantitativa e qualitativa. Foi elaborada uma matriz avaliativa com os seguintes códigos: expediente, autoria das imagens; recursos visuais; design e a qualidade da informação visual para o contexto. O estudo aponta para a necessidade de investir em equipes próprias de produção da imagem ou desenvolver parcerias com outros arranjos produtivos para elaborar uma edição visual mais envolvente e informativa explorando os recursos visuais e a construção do design.

Palavras-chave: Design da informação. Fotojornalismo. Jornalismo independente. Jornalismo visual. Informação visual.

Abstract

This study observed multimedia reports, seeking to understand how visual editing contributes to the quality of journalistic information. Our subjects were independent media productions from the Northeast region of Brazil. Thirteen reports were selected based on the thematic focus of allegations of violence and human rights violations. The methodology included bibliographic and documentary research, as well as thematic

¹Artigo produzido a partir de um trabalho apresentado no Intercom Nordeste 2025, no Grupo de Trabalho Design da informação e infografia no Jornalismo.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), *Campus Imperatriz*.
E-mail: yara.medeiros@ufma.br

³ Graduanda de Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), *Campus Imperatriz*.
E-mail: sr.araujo@discente.ufma.br

⁴ Graduanda de Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), *Campus Imperatriz*.
E-mail: laiza.cristina@discente.ufma.br



analysis. The reports were selected and observed quantitatively and qualitatively. An evaluation matrix was developed with the following codes: media, image authorship; visual resources; design; and the quality of visual information within the context. The study highlights the need to invest in in-house image production teams or develop partnerships with other production organizations to create a more engaging and informative visual edition, leveraging visual resources and design construction.

Keywords: Information design. Photojournalism. Independent journalism. Visual journalism. Visual information.

Introdução

A edição visual das mídias jornalísticas está em constante transformação. O modo como o conteúdo é apresentado ao leitor busca acompanhar as evoluções tecnológicas adaptando-se às formas de produção e consumo vigentes. O jornal impresso foi a pioneira das mídias de massa e, na atualidade, o ambiente digital proporciona a convergência tornando mais ágil e diversificada a tarefa de informar, opinar e reportar o cotidiano da sociedade em diferentes plataformas.

Ao longo do século XX, o desenvolvimento da fotografia, do rádio e da televisão propiciam ao jornalismo contar histórias com texto, imagem, áudio e vídeo. Essas diferentes linguagens foram incorporadas aos meios digitais gerando a convergência das mídias em um fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas (Jenkins, 2009). Mas o autor se recusa a considerar a convergência como exclusivamente tecnológica. “Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (Jenkins, 2009, p. 30).

Além de propiciar novos modos de cobertura, produção e edição, a convergência diminui custos de execução e distribuição de conteúdo. E nesse contexto, mídias independentes buscam cobrir assuntos não explorados pelas mídias hegemônicas e capazes de promover narrativas inovadoras. Para Figaro *et al* (2021, p. 14), o cunho independente é também uma consequência das crises das empresas tradicionais de jornalismo, nas quais os empregos foram diminuindo. “Por outro lado, o ferramental tecnológico mais leve, móvel e mais barato permite ensaios sonhadores desses demitidos e de novos profissionais jornalistas que chegam ao mercado de trabalho”. Tanto o perfil dos profissionais quanto às condições de produção, se tornam também mais diversificadas



em relação ao planejamento visual. As rotinas produtivas do jornalismo necessitam de profissionais polivalentes capazes de executar multitarefas.

No jornalismo factual, as plataformas digitais automatizam processos de publicação, tornando mais simples a diagramação e publicação. Nas coberturas e reportagens especiais, os recursos de design editorial e da informação podem ser explorados na reportagem multimídia em formatos narrativos criativos com o uso de elementos visuais, como fotografias, vídeos, animações e infográficos, tornando interativa e de fácil compreensão a experiência de leitura.

Segundo Medina (2014, p. 75), a reportagem é “a arte de tecer o presente, em que se criam narrativas da contemporaneidade”. É um gênero do jornalismo para reportar movimentos da cidadania, protagonismo dos sujeitos, contexto coletivo, raízes histórico-culturais e sondar diagnósticos-prognósticos para os impasses da sociedade (Medina, 2014). A reportagem também é um espaço tradicional do jornalismo na busca por inovação da narrativa visual, com tempo mais prolongado para edição de arte, proporcionando mais atenção ao design e à produção da imagem. Desse modo, a reportagem é um espaço privilegiado de documentação e criação visual sobre os fatos do mundo (Santos, 2020).

Partindo desse pressuposto, neste trabalho foram observadas reportagens multimídia publicadas no meio digital buscando compreender como a edição visual contribui para a qualidade da informação jornalística. Utilizamos como objeto reportagens produzidas por mídias independentes da região Nordeste do Brasil, selecionadas a partir da pesquisa “Reportagem de fôlego no jornalismo independente no Nordeste”, do grupo de pesquisa Jornalismo de Fôlego, em uma parceria com o Laboratório de Comunicação Visual e Edição Criativa (LoveLabCom). Ambos os grupos são ligados ao curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, em Imperatriz.

As reportagens abordam temas complexos. Foram selecionadas com base no recorte temático de denúncias de violência e de violação dos direitos humanos. Desse modo, a escolha pela observação da edição visual multimídia nas mídias independentes lança um olhar sobre como o jornalismo pode se valer do design e da produção da imagem para informar e envolver os leitores em debates complexos e fundamentais para a vida em sociedade.



Edição e design na reportagem multimídia

A história do jornalismo é marcada por constantes mudanças nos processos editoriais. A base da profissão calcada na busca pela apuração responsável e informação correta não mudou, mas o modo que o conteúdo jornalístico é editado, a cada evolução tecnológica, se adapta. Isso implica diretamente nas equipes de produção do design e produção da imagem. Assim como, dos editores responsáveis por selecionar e decidir como o material será apresentado ao público.

Editar é escolher. A notícia resulta de triagens e exclusões deliberadas em todas as fases da produção jornalística, na apuração das informações, na produção da matéria (redação de texto, captação de imagens, fotos ou sonoras) e na edição de todo material. Um evento pode até ser bem investigado e redigido, ainda assim, pode perder-se ao ser editado (Pereira Junior, 2009, p. 23).

A edição visual passa por diferentes áreas e não são de total controle do campo jornalístico. Na reportagem multimídia, destacam-se duas áreas do design como recursos essenciais para a construção do jornalismo visual: o design editorial e o design da informação. O design editorial se concentra na identidade visual, hierarquização e organização geral do conteúdo de publicações (Caldwell; Zappaterra, 2014). Objetiva configurar e padronizar a maneira como as mídias se apresentam visualmente conferindo personalidade ao conteúdo jornalístico.

O jornalismo utiliza ainda diversos recursos do campo de atuação intitulado design da informação. Os designers dessa área desenvolvem peças com recursos gráficos voltados a facilitar a decodificação de dados complexos, tais como infográficos, gráficos e visualizações de dados, formato que trabalha com considerável volume de informação. Para Horn (1999, p. 16), o design de informação é “a arte e a ciência de preparar a informação para ser utilizada por humanos com eficiência e efetividade”⁵, com propósito comunicativo. É uma área em que o designer atua também como editor visual, pois pode sugerir os formatos e até mesmo narrativas. No design editorial, essa participação não é tão presente, mas depende de condições de produção específicas, como o tempo de execução do projeto e os profissionais envolvidos.

⁵ No original: "Information design is defined as the art and science of preparing information so that it can be used by human beings with efficiency and effectiveness".



Pereira Junior (2009, p. 98) lembra que “diagramar é tomar posição”. Para ele, o projeto visual carrega informação sobre a pauta apresentada e a identidade de quem produziu, ou seja, é um dos elementos em destaque na edição dos produtos jornalísticos. “A disposição dos elementos nunca é aleatória” (Pereira Junior, 2009, p. 98). O autor recomenda em um guia de edição para jornalistas, que a concorrência com a televisão e as mídias digitais produziram em jornais e revistas a crença de que o público busca por narrativas breves e de apelo emocional, colorido com mais imagens e com elementos interativos. O volume de texto foi diminuindo “nem sempre com uma avaliação rigorosa da melhor maneira de apresentar uma dada informação”. Ou seja, textos curtos ou longos merecem uma atenção na edição visual. “Uma apresentação gráfica leve e legível impõe, antes, frear departamentos de desenho sem cultura jornalística, vetar infografia só ilustrativa, desenhos cosméticos e sem motivação” (Pereira Junior, p. 110).

Esta premissa leva à necessidade do desenvolvimento de uma cultura visual sólida nas redações em regime colaborativo, pois a qualidade da informação jornalística pode ser incrementada a partir da edição visual. “Uma Redação estruturada para ter tanto zelo pelo verbo quanto pela imagem pode desenvolver experiências em que projetistas visuais participem do processo de informar e planejem suas páginas desde a consolidação da pauta” (Pereira Junior, p. 110).

Na produção de reportagens multimídia, a preocupação com a produção de textos curtos é menos cobrada do que no espaço das notícias. No entanto, há um esforço editorial na reportagem especial e de longo formato para estruturar a narrativa em capítulos e incorporar recursos multimídia diversos. No jornalismo tradicional, operado por grandes empresas, a produção de reportagens especiais são um espaço de experimentação para a criação de narrativas visuais sendo o caso mais lembrado, no percurso histórico do formato, a reportagem *Snow Fall – the avalanche at tunnel creek* (2012)⁶, do *New York Times*, uma narrativa na qual a edição visual multimídia integra textos, vídeos, fotos, infográficos animados para reportar a tragédia de uma avalanche nos Estados Unidos (Santos, 2020). A reportagem inspirou a edição em múltiplas plataformas nas produções jornalísticas

⁶ Disponível em: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek> Acesso em 29/07/2025.



Com a consolidação e facilidade de uso de aplicativos, softwares e plataformas de redes sociais para publicar conteúdo e produzir design, a edição visual no jornalismo de reportagem pode proporcionar uma narrativa rica em significados, informações e imersões nas histórias contadas.

Em relação à produção da imagem, o fotojornalismo é o principal recurso visual de documentação e ampliação da compreensão do leitor sobre os fatos. Desde que foi incorporada às narrativas jornalísticas proporcionou o registro criativo da realidade.

Andrade (2004, p. 234) aponta como a fotografia articulou texto e imagem. “Informação verbal e informação visual passam a coexistir na página”. Esta mudança opera transformações editoriais. “(...) uma nova realidade e que a fotografia para se, efetivamente, a notícia. Barthes (1984, p. 13) ressalta que a fotografia jornalística “traz uma mensagem primeira que, de certo modo, preenche plenamente sua substância e não deixa lugar ao desenvolvimento de uma mensagem segunda”, isto é, quando adicionada ao texto, a fotografia enriquece a narrativa conduzindo o leitor a visualizar tanto os personagens quanto o local ou consequências do fato de determinada reportagem. Manovich (2006, p. 4) aponta a fotografia como “um código representativo resistente que tem sobrevivido a todas as ondas de mudanças tecnológicas”⁷. Cabe destacar que no campo jornalístico, tanto a fotografia quanto a ilustração têm espaço privilegiado na edição visual, sendo que a fotografia é mais associada à reportagem e a ilustração aos gêneros opinativos. Nas reportagens especiais é mais frequente o uso de ilustração e de artes gráficas pelo tempo mais prolongado de produção que possibilita o planejamento das equipes de arte.

Para a elaboração do design, a publicação da reportagem multimídia em um site envolve um outro recurso: o design responsivo. Configuração na qual “o conteúdo se adapta às telas dos dispositivos móveis, independentemente do tamanho do aparelho, da resolução da tela do dispositivo em pixels ou da circunstância de como a interface será visualizada, na vertical ou na horizontal” (Araújo, 2019, p. 63). No design responsivo, a estrutura visual da interface do *site* é desenvolvida “a partir da configuração de um computador desktop ou notebook” (Araújo, 2019, p. 65) e adaptada de acordo com o dispositivo móvel em que a leitura vai ser realizada.

⁷ No original: “(...) a photograph turned out to be an incredibly resilient representational code: it survived waves of technological change”.



“As imagens quebram-se em pixels, o design gráfico, filmes e vídeos quebram-se em camadas. O hipertexto modulariza o texto”⁸ (Manovich, 2005, p. 11). Santos (2020), salienta como a reportagem também modularizou-se no ambiente digital o que facilita o design responsivo. Os textos são fragmentados em capítulos ou em peças únicas como vídeos e galerias de fotografia. A reportagem pode ser editada em diferentes módulos de informação, com linguagens diversificadas e em inúmeras camadas.

O design da informação e o design editorial colaboram na construção de um jornalismo visual que favorece a legibilidade, precisão e compreensão dos fatos noticiados nas reportagens multimídia, principalmente, as produzidas para sites podem ser acessados tanto em um computador quanto em um celular, como é o caso das reportagens que estão sendo analisadas nesta pesquisa. O design pode ainda contribuir na construção narrativa ao incorporar elementos gráficos que ampliam o repertório e personalizam o conteúdo tais como ícones, símbolos e tipografia.

Para complementar as camadas do design mobilizadas na reportagem também destacamos o chamado Design UX, a área em que o designer desenvolve recursos interativos centrados na usabilidade e funcionalidade orientados pela experiência dos usuários no processo de leitura. Se no impresso, o leitor tem total controle de como manusear as páginas, no digital, encontra uma série de caminhos para acessar o conteúdo em diferentes linguagens. Em um desenho próprio do meio digital, “alguns arranjos de seus aspectos estruturais e expressivos são possíveis apenas em suporte digital, como a interatividade, a hipertextualidade e a multimedialidade – elementos que propiciam o surgimento de novas modalidades informativas” (Santos, 2020, p. 232).

Diferente da forma como o conteúdo é veiculado em impressos, no jornalismo da web é necessário o emprego de estruturas visuais e elementos gráficos que foquem na experiência de leitura do usuário (Araújo, 2019) e se adequem aos aparelhos digitais em que o *site* pode ser acessado. Por exemplo, em uma única página do jornal impresso é possível visualizar uma ou mais notícias por completo e as imagens correspondentes. Por outro lado, em um celular, é preciso que o usuário deslize o dedo na tela à medida em que lê a fim de compreender a notícia por completo. O mesmo acontece com a reportagem publicada na versão para computador desktop ou notebook, o usuário desliza o cursor

⁸ No original: "Images are broken into pixels; graphic designs, film and video are broken into layers. Hypertext modularises text".



pela página para ler a notícia e visualizar a página inteira e só acessará o conteúdo a partir da interação.

Essas transformações nos hábitos de leitura propiciadas pelos recursos das mídias digitais provocam inovações nos processos editoriais. E o consumo da informação jornalística depende da habilidade de gerar curiosidade e praticidade de acesso no público, tarefas que a edição visual pode colaborar de modo efetivo.

Grande parte das equipes do jornalismo independente é voltada para a apresentação de temáticas de cunho social, cultural e de direitos humanos que são pautadas com pouca ou nenhuma frequência na mídia hegemônica. Esse tipo de jornalismo é realizado por jornalistas profissionais que atuam de forma autônoma em veículos de notícias que não estão vinculados ou submetidos às linhas editoriais das grandes mídias. “Em busca de se reposicionar no mercado, mas também a fim de recuperar valores fundamentais deixados em segundo planos pelos meios tradicionais e, em última instância, reconquistar uma credibilidade ‘perdida’, muitos jornalistas migram para o chamado jornalismo independente” (Patrício; Batista, 2020, p. 220).

A independência destas mídias pode ser entendida tanto pela proposta de não receberem financiamento de grandes conglomerados ou empresas, que possam interferir ou induzir o conteúdo da produção das reportagens, quanto pelo fato de terem sido lançadas, por primeiro, em plataformas digitais. Patrício e Batista (2020, p. 225) ressaltam que o jornalismo independente aponta o contraste entre o centro e a periferia, no qual “aqueles que se inserem na denominação ‘centro’ estariam vinculados ao poderio econômico e político que esquece as demandas da ‘periferia’”.

É característica do jornalismo independente a preocupação em noticiar os fatos que não são pautados nos grandes veículos. Esse trabalho é exercido por jornalistas profissionais, correspondentes e comunicadores que estão inseridos dentro das realidades sociais que são, por muitas vezes, invisibilizadas. Os profissionais do jornalismo independente se distinguem dos influenciadores e blogueiros de páginas de fofoca ou sensacionalistas. Os jornalistas de mídias independentes “são especialistas em suas regiões e usam as ferramentas do jornalismo de boa qualidade para contar as histórias que ninguém conta” (Patrício; Batista, 2020, p. 225).

O jornalismo independente também produz aprofundamento e contextualização na produção de grandes reportagens, também conhecidas como reportagens de fôlego por serem produzidas com tempo mais dilatado. Com essa abordagem, visa “o interesse pelo



debate e o questionamento sobre problemáticas que atingem uma parcela da população e que não são expostas com a devida relevância (Araújo; Maciel, 2024, p. 4)”.

Com atenção a temas complexos pressupõe-se que ao produzir as reportagens, as equipes do jornalismo independente tenham atenção ao texto e aos elementos visuais essenciais para ajudar a compor e enriquecer a narrativa jornalística. As reportagens são multimídias e publicadas diretamente nos *sites* das mídias independentes, ou seja, um campo propício para se investir a inovação e a criatividade na edição visual para justamente chamar atenção e conseguir apresentar soluções sensíveis e didáticas.

A elaboração do conteúdo nem sempre acontece no espaço da empresa. Conforme Figaro *et al* (2021) são iniciativas que trabalham em redes de colaboração e utilizam uma multiplicidade de linguagens e equipamentos técnicos. “O smartphone, o computador, os aplicativos, a internet são um mundo de possibilidades para coletar informações (sons, imagens, textos), para produzir e editar, para publicar, para compartilhar, para contatar, para circular” (Figaro *et al*, 2021, p. 37).

No entanto, atuar nesta área do jornalismo requer a criação de arranjos produtivos baseados em empreendedorismo e financiamento a partir de projetos. Devido à não-vinculação com grandes conglomerados e empresas, grande parte dos veículos independentes passam situações de precariedade nas condições de trabalho, com longas jornadas de trabalho e equipe reduzida, em consequência da dificuldade em contratar e pagar funcionários. Nestes casos, um único profissional chega a acumular de duas a três funções. Há situações em que estes jornalistas “sustentam, portanto, sua ação jornalística no arranjo com outro trabalho, em atividades de cursos, palestras, *freelancer* no jornalismo para outros veículos, eventos, assessorias, etc” (Figaro *et al.*, 2021, p. 36).

Além das atividades de *freelancer*, “há também a busca de recursos em editais públicos, em campanhas para doações, campanhas de *crowdfunding*, parcerias com fundações nacionais e estrangeiras” (Figaro *et al.*, 2021, p. 36) em vista de manterem os projetos em funcionamento.

Metodologia

A metodologia empregada incluiu as pesquisas bibliográfica, documental e a análise temática. As reportagens foram selecionadas e observadas sistematicamente, de forma quantitativa e qualitativa. Dos nove estados nordestinos, foram mapeadas 13 mídias



de jornalismo independente em oito estados. Deste conjunto, selecionamos 13 reportagens para compor a análise deste artigo. A tabela a seguir apresenta as reportagens selecionadas, os veículos que as produziram e os estados aos quais pertencem.

Tabela 1 - Grandes reportagens selecionadas de mídias jornalísticas independentes

Título da reportagem	Mídia	Estado
1. Nordestinos, negros e mulheres são maioria entre os jovens que não estudam nem trabalham	Agência Tatu	Alagoas
2. Mineradoras ameaçam comunidades tradicionais no Sertão baiano	Avoador	Bahia
3. Em média, a cada 4 horas e meia, uma mulher é vítima de violência em Vitória da Conquista	Conquista Repórter	Bahia
4. A face do agronegócio que quase ninguém vê	Eco Nordeste	Ceará
5. No encontro entre Amazônia e Cerrado: seca, fome e veneno	O Joio e o Trigo	Ceará
6. A diáspora dos indígenas venezuelanos warao: dos caños aos semáforos	Agência Tambor	Maranhão
7. No Insono a morte tem cheiro de peixe: comunidade Aroeira em alerta	O Pedreirense	Maranhão
8. Homens viajam para arrumar trabalho e mulheres quilombolas ficam pra cuidar da lavoura, da casa e...	Coletivo Acauã	Pernambuco
9. Eólicas assumem controle de terras com contratos longos e sem garantia aos agricultores	Marco Zero	Pernambuco
10. Pesquisa desenvolvida pelo Cendhec aborda desigualdades de gênero na educação	Afoitas	Pernambuco
11. Teresina tecida pelos sem-teto: 169 anos e 35 mil famílias sem direito à moradia	Ocorre Diário	Piauí
12. Entenda os impactos da energia eólica no semiárido potiguar	Saiba Mais	Rio Grande do Norte
13. Violência contra pessoas trans é cotidiana em Sergipe. Ausência de dados concretos sobre as ocorrências dificulta o avanço de políticas públicas	Mangue Jornalismo	Sergipe

Fonte: elaborada pelos autores

Foi elaborada uma matriz avaliativa com os seguintes códigos: expediente, autoria das imagens; recursos visuais; design e a qualidade da informação visual para o contexto. Esses pontos foram considerados relevantes para avaliar a edição da informação visual jornalística. Expediente e autoria refletem as funções dos produtores e a origem das



imagens ajudando a entender a estrutura e o perfil profissional das equipes. Outras questões foram compreender a diversidade de formatos visuais nas narrativas, ou seja, os recursos visuais empregados ao longo da narrativa. Quanto ao design, buscou-se compreender as funções (identidade, hierarquização, legibilidade, usabilidade). Por fim, da relação das imagens com o texto, verificou-se a contribuição da informação visual para ampliação, explicação ou imersão no contexto. Na tabela abaixo, descreve-se os códigos e as características avaliadas.

Tabela 2 – Códigos demarcadores da matriz avaliativa

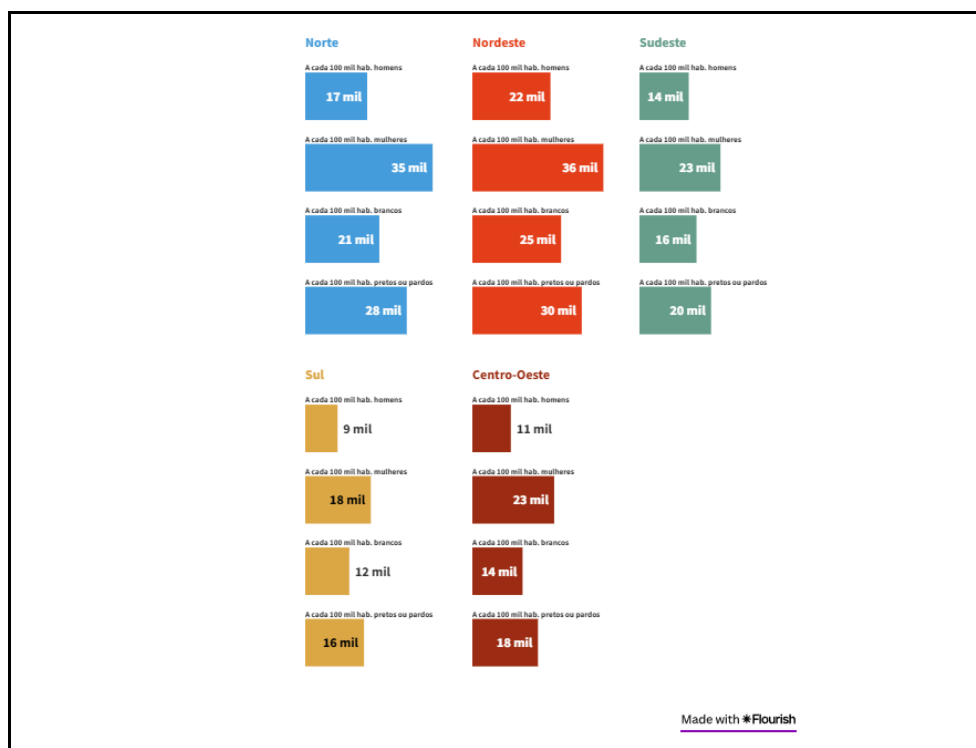
Código demarcador	Características
Expediente e autoria	Funções dos produtores e origem das imagens.
Recursos visuais	Diversidade de formatos visuais nas narrativas (fotografia, infografia, ilustração, vídeos, visualização de dados).
Design	Identidade, hierarquização, legibilidade, usabilidade.
Informação visual	Relação texto e imagem (ampliação, explicação ou imersão no contexto).

Fonte: elaborada pelos autores

Resultados

A análise quantitativa identificou o total de 95 fotografias, seis vídeos, cinco infográficos, duas ilustrações e quatro reproduções digitalizadas de documentos. A grande maioria das imagens são fotografias. Embora grande parte das reportagens contextualizem os fatos com dados e informações quantitativas, foram encontrados apenas cinco elementos na categoria infográficos. Consideramos neste item infográficos, gráficos e visualizações de dados. Um deles é um mapa e os demais são gráficos de barras e linhas (Tabela 1 - Reportagens 1, 3, 4). Apenas uma oferece qualidade narrativa aos infográficos (Tabela 1 - Reportagem 9⁹). Os infográficos, somados aos dados e ao texto, foram úteis para trazer evidências e traduzir os números.

⁹ Disponível em: <https://marcozero.org/eolicas-assumem-controle-de-terras-com-contratos-longos-e-sem-garantia-aos-agricultores/> Acesso em 01/05/2025.

Figura 1 – Infografia da Reportagem 1¹⁰

Fonte: Reprodução do site Agência Tatu

Quanto a autoria, dentre as 13 reportagens, em oito delas há os créditos dos responsáveis pelas fotografias. Também foram identificadas fotografias provindas de arquivos pessoais, de acervo digital, do arquivo nacional e de assessoria de comunicação de órgãos públicos. A partir da análise, foi constatado como o uso das fotografias contribuíram com a narrativa das reportagens. As imagens humanizam o conteúdo, aproximam o leitor e facilitam a compreensão dos contextos, dos ambientes onde vivem as fontes. Tratando-se de grandes reportagens cuja temática é a denúncia de violência e de violação dos direitos humanos, as fotografias e os vídeos agregam credibilidade, veracidade e versatilidade. Especialmente as fotografias, dão um rosto e apresentam as pessoas reais que vivem as histórias.

¹⁰ Disponível em: <https://www.agenciatatu.com.br/noticia/jovens-que-nao-estudam-nem-trabalham/>
Acesso em 01/05/2025.

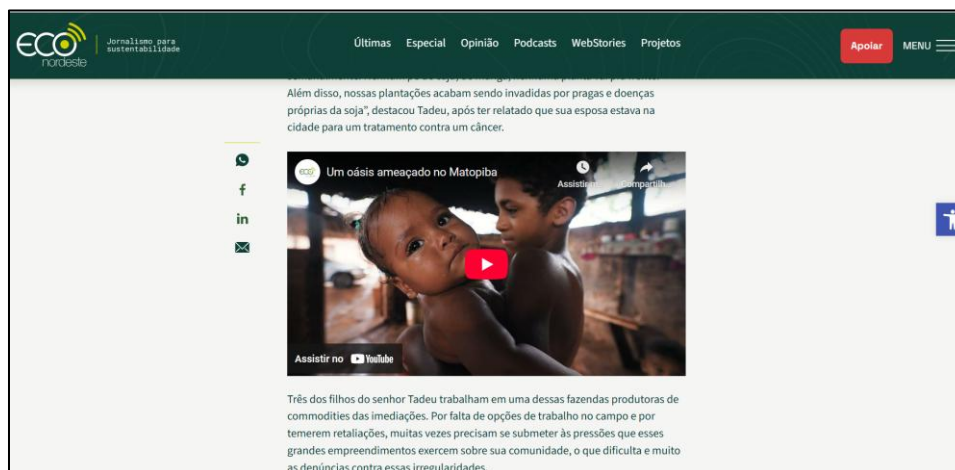
Figura 2 – Uso da fotografia na Reportagem 5¹¹

Fonte: Reprodução do site O Joio e o Trigo

Nas reportagens (Tabela 1 - Reportagens 2, 4, 5, 6, 7, 9 e 11), a diagramação das imagens acompanhando a narrativa, faz o leitor imergir na história. A legenda é o elemento editorial mais utilizado nas reportagens e ajudam nesse transporte para o contexto, mostrando personagens, ambientes e situações.

Quanto à diversidade dos recursos visuais, a amostra não apresentou grande variedade. Apenas duas reportagens apresentaram vídeos originais (Ver tabela 1 - Reportagens 4 e 7 – Figura 3) e o restante são entrevistas longas que funcionam mais como material complementar (Figura 4).

¹¹ Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2024/02/amazonia-cerrado-seca-fome-veneno/> Acesso em 01/05/2025.

Figura 3 – Vídeo integrante da narrativa da Reportagem 4¹²


Fonte: Reprodução do site Eco Nordeste

Na análise, percebeu-se que, apesar dos recursos visuais favorecerem a conexão entre o conteúdo da reportagem e o público, é notável a qualidade das fotografias que foram registradas por fotógrafos profissionais ou fotojornalistas. Algumas imagens estão em baixa resolução ou ampliadas, de forma a ficarem desfocadas e com *pixels* visíveis.

 Figura 4 – Vídeo integrante da narrativa da Reportagem 10¹³


Fonte: Reprodução do site Ocorre Diário

¹² Disponível em: <https://agenciaeconordeste.com.br/a-face-do-agronegocio-que-quase-ninguem-ve/> Acesso em 01/05/2025.

¹³ Disponível em: <https://ocorre diario.org/teresina-tecida-pelos-sem-teto-169-anos-e-35-mil-pessoas-sem-direito-a-moradia/> Acesso em 01/05/2025.

A observação direta do design editorial revelou reportagens com hierarquização, legibilidade e usabilidade satisfatórias. Mas destaca-se uma falta de personalização das reportagens especiais e de fôlego (Ver tabela 1 - Reportagens 2, 4, 5, 6, 9 e 11) que se misturam aos outros conteúdos sem que tenha sua importância destacada pelo design editorial. Não foram encontrados ícones, tipografia narrativa, texturas, ícones, ilustrações e nenhum outro artifício estético. Todas as reportagens foram diagramadas no *template* básico dos sites. Também foram detectados escassos elementos editoriais de hierarquização tais como janelas, capitulares, textos destacados, boxes. A maioria apresentou apenas elementos básicos de titulação, créditos e legenda.

Figura 5 – Layout da Reportagem 6¹⁴



Fonte: Reprodução do site da Agência Tambor

Nas reportagens de característica mais aprofundada, a rolagem no celular se torna muito extensa, o que pode cansar o leitor caso não haja diversidade visual na apresentação das informações. As reportagens apresentaram formas de interatividade com links para outros conteúdos, formas de comentar, acesso às redes sociais e a disponibilização de

¹⁴ Disponível em <https://agenciatambor.net.br/direitos-humanos/a-diaspora-dos-indigenas-venezuelanos-warao-dos-canos-aos-semaforos/>. Acesso em 31/07/2025.



posts recentes e reportagens com temática semelhante. Em poucos casos, o uso excessivo de ícones de navegação e propagandas atrapalham a leitura (Reportagens 6 e 12).

Considerações finais

Nesta amostra, encontram-se reportagens com apuração e textos de grande qualidade editorial abordando temáticas fundamentais para a democracia e a busca por justiça social. Diante destes assuntos, mais que ter a presença de recursos visuais nas reportagens, é necessária atenção à edição visual para ampliar e facilitar a compreensão.

Esta análise foi o primeiro recorte da pesquisa. O estudo completo contém 46 reportagens. Nos 13 casos aqui observados, a fotografia foi o principal meio de trazer a experiência visual para os leitores. Uma linguagem consagrada e que continua presente mesmo sem que haja grande investimento em fotojornalismo profissional.

De modo geral, o estudo aponta para a necessidade de investir em equipes próprias de produção da imagem ou desenvolver parcerias com outros arranjos produtivos para explorar melhor os recursos e o design nas reportagens das mídias independentes. Uma das principais formas de fazer com que os conteúdos se apresentem de modo a provocar o leitor a mergulhar na leitura, é investir em imagens e no design. Identidade visual, hierarquia da informação e facilidade de consumo compõem essa fórmula em busca da atenção. As mídias aqui observadas, podem a partir de uma edição visual mais apurada atingir mais públicos e provocar a sensibilização e ação diante de temas tão relevantes para a sociedade.

Referências

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. **História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900**. Rio de Janeiro - RJ: Elsevier, 2004.

ARAÚJO, Ricardo da Silva. **A reconfiguração do jornalismo visual nas interfaces digitais sob influência do Design Responsivo e da imprensa nativa da web**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

ARAÚJO, Sebastião Rocha; MACIEL, Alexandre Zarate. Jornalismo independente: uma análise sobre duas reportagens da Agência Eco Nordeste In: Congresso Brasileiro



de Ciências da Comunicação, 47, 2024, Balneário Camboriú. *Anais*, 2024. São Paulo: Intercom, 2024.

PATRÍCIO, E.; BATISTA, R. **Elementos de identidade em iniciativas de jornalismo independente**. Revista Extraprensa, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 217-231, 2020. DOI: 10.11606/extraprensa2020.153326. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153326>. Acesso em: 30 jul. 2025.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research*, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006 *apud* BARBOSA, M. A. S.; SILVA, M. R. da; NUNES, M. S. C. **Pesquisa qualitativa no campo Estudos Organizacionais: explorando a Análise Temática**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 41., 2017, São Paulo. *Anais eletrônicos [...]* São Paulo: AnPAD, 2017.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial: jornais e revistas / mídia impressa e digital**. São Paulo - SP: Gustavo Gili: Barcelona, 2014.

FIGARO, R *et al.* Arranjos jornalísticos: organização, sustentação, formas de trabalho e discurso jornalístico In: FIGARO, R.; NONATO, C. (org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil** [recurso eletrônico]: organização, sustentação e rotinas produtivas / organização Roseli Figaro, Cláudia Nonato – São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. 224 p.

HORN, Robert E. **Information design: emergente of a new profession**. In: JACOBSON, Robert (Ed.). *Information design*. Cambridge: The MIT Press, 1999.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo - SP: Aleph, 2009.

MANOVICH, Lev. **Image future**. Versão de janeiro de 2006. Disponível em: <<https://manovich.net/index.php/projects/image-future>>. Acesso em 31/07/2025.

MANOVICH, Lev. **Remixability and modularity**. Versão de outubro-novembro, 2005. Disponível em|: <https://manovich.net/index.php/projects/remixability-and-modularity>. Acesso em 31/07/2025.

MEDINA, Cremilda. **Atravessagem: reflexos e reflexões na memória de repórter**. São Paulo: Summus, 2014.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para edição jornalística**. 2 ed. Editora Vozes: Petrópolis-RJ, 2009.

SANTOS, Yara Medeiros dos. **Jornalismo visual nas narrativas da grande reportagem brasileira**. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação) - Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.