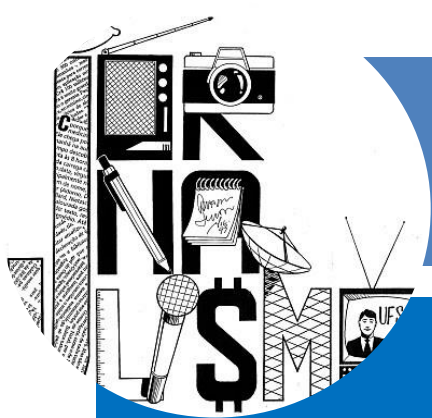


DICAS para Jovens Repórteres





A reportagem é...

Ver e fazer ver

Ouvir e fazer ouvir

Sentir e fazer sentir

Compreender e fazer compreender

Ou seja,

VIVER E FAZER VIVER

...prepara-te

ANTES

- Investigar sobre o tema
- Pensar em possíveis interlocutores
- Pensar um conjunto de questões
- Definir o ângulo de abordagem

Equipa de reportagem

É formada por um **redator** e um **repórter fotográfico** (ou um operador de câmara).

Antes de partirem para o terreno, impõe-se que **se entendam** sobre o trabalho que vão efetuar (tema, ângulo de abordagem , fontes de informação) para que as imagens complementem o texto



Reportagem sobre quê?

Podem ser temas de reportagem:

- Uma **situação** socialmente relevante ou simplesmente curiosa
- Um **acontecimento** importante ou interessante que é ou já foi notícia
- Um **processo** em desenvolvimento



Investiga....

Investiga na internet sobre o tema

Elabora um **plano de ação**:

- onde ir,
- com quem falar,
- perguntas que não podem deixar de ser feitas às fontes de informação,
- aspetos a que se impõe prestar mais atenção



Prepara as perguntas

Define o **ângulo de abordagem** a adotar, o aspeto do tema em que te vais focar (questiona-te: **qual a pergunta fundamental para que tenho de procurar a resposta?**)

Numa entrevista as boas perguntas são as **perguntas simples**, as perguntas das crianças:
quem? | o quê? | como se chama? | porquê?
como funciona? | porque é que é isto é assim?
onde está? | como é que aconteceu? | o que fez?
porquê? | porque é que disse isso?



...no terreno

DURANTE

- Usar os 5 sentidos
- Ouvir diferentes pontos de vista
- Observar sob vários ângulos
- Fazer questões simples
- Tomar NOTAS



No terreno

O repórter em serviço comporta-se como
se transportasse ao ombro
uma câmara de filmar,
a fim de registar:
o movimento
as formas
as cores
os sons
os odores
- a vida que fervilha à sua volta



Usa os 5 sentidos

ATENÇÃO AO “CENÁRIO”:

- as movimentações os diálogos, emoções que manifestem;
- o cenário (sons, luz e sombra, cores, odores, etc.);
- o ambiente (de alegria, de tristeza de dor, de entusiasmo, etc.)

Mantem os **5 sentidos** despertos:

- a vista,
- o ouvido,
- se necessário, o olfato e o paladar,
- eventualmente, também o tato



Procura diferentes opiniões

- multiplica os contactos e as perguntas;
- ouve diferentes opiniões;
- em caso de conflito, ouça as partes envolvidas, esforçando-se por compreender as razões de cada uma.

Não sejas maniqueísta* (o bem e o mal...)



As pessoas com quem falas

Quer sejam “ATORES PRINCIPAIS” OU “FIGURANTES”

toma nota:

- do que os torna importantes para a reportagem,
- dos seus **nomes, idades e profissões,**
- das suas características físicas mais significativas,
- eventualmente, do seu modo de vestir e das particularidades da maneira como se exprimem

escrever/editar

DEPOIS

- Escolher o enfoque
- Pensar o “lead” /principal mensagem/resumo : onde/quem /quando/o quê
- Desenvolver : como/porquê/para quê
- Escolher o título
- **CONTAR A HISTÓRIA**
- Ser imparcial
- Respeitar as fontes



Conta uma história

**Escrita, fotográfica ou vídeo,
a reportagem é uma história:
relata factos,
descreve lugares e pessoas,
reproduz diálogos,
desmonta situações,
transmite sensações, emoções e impressões.**

A reportagem é uma história ou uma série de histórias inter-relacionadas e que se entrecruzam.

E deve proporcionar o prazer da leitura ou visualização



Isenção e objetividade

A reportagem deve explicar, não comentar, elogiar, censurar, criticar, julgar.

Apresenta **factos, e não opiniões** nem apreciações por parte do jornalista.

Usa uma **linguagem simples**, concisa, objetiva e rigorosa, mas, também, viva, colorida e variada.

Alterna os planos: narração/descrição, ação/reflexão, discurso indireto/discurso direto, frases curtas/frases mais longas



Perguntas chave

A reportagem responde, desenvolve e explica, as respostas às perguntas:

O quê?

Quem?

Quando?

Onde?

Porquê?

Como?

**E, em certos casos, para quê?
ou com que efeitos**

Exemplo:

A poluição de uma ribeira

O presente: o quê? onde?

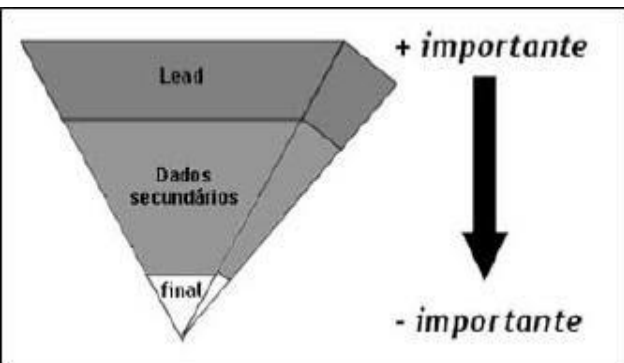
quem? (nome e localização geográfica da ribeira, tipo de poluição, sua extensão, efeitos imediatos, quem são os responsáveis)

O passado: porquê? quando? como?

(contexto e causas próximas e remotas, desde quando se verifica, de que forma tem evoluído)

O futuro: efeitos a longo prazo, perspectivas de resolução do problema

Técnica da “Pirâmide invertida”



Privilegia a disposição das informações em ordem decrescente de importância. Assim, os fatos mais interessantes são utilizados para abrir o texto jornalístico, enquanto as de menor relevância aparecem na sequência.



1 - Começa por um "lead" que contém o "quê", o "quem", o "onde", o "quando" e o "como"

2- Segue-se, nos parágrafos seguintes, o "porquê" e outros elementos de menor importância.





O Lead

significa "guia" ou "o que vem à frente".

-Deve oferecer uma síntese/descrição prévia, do assunto a ser abordado.

-Informa qual é o fato jornalístico noticiado e as principais circunstâncias em que ele ocorre;

- descreve a maior singularidade da notícia.

- **As seis perguntas básicas** do lead devem ser respondidas na elaboração de uma notícia;

"O quê" e/ou "Quem?", "Quando?", "Onde?", "Como?", e "Por quê?".

No entanto... não tem a necessidade de responder imediatamente às seis perguntas. A sua principal função é **despertar a atenção**



Exemplo de Lead



“Compensamos 100% das emissões de gases com efeito de estufa”

O quê

Esta é a garantia dada por Dora Palma, coordenadora do Projeto Social Rock in Rio – Lisboa, em entrevista a Ambiente Magazine Online, isto quando já faltam poucos dias para mais uma edição deste grande festival. Com uma pegada carbónica de 4.000 toneladas de CO2 em Lisboa atualmente, o evento a investir desde o início no sentido de diminuí-la e, este ano, inova com o projeto Amazonia Live, o primeiro projeto social global do Rock in Rio.

Quem

Onde

Quando

Porquê

Como

O Título deve responder às questões o quê, como e porquê

Informativo ou incitativo?

O **informativo** usa-se para comunicar, objetiva, direta e imediatamente, algo de novo e importante. (informa sobre o conteúdo do texto)

O **incitativo** nasce da imaginação criadora e surpreende pela originalidade, pelo modo singular como transmite as ideias ou combina as palavras.





Subtítulo

Os subtítulos são utilizados para **separar as várias partes** de uma notícia ou artigo.

Servem 3 funções:

- **Aligeirar o aspecto gráfico** do texto e captar desta formas mais leitores
- **Facilitar a leitura**
- **Identificar sub-temas abordados no artigo** que não são cobertos pelo antetítulo, título ou pós-título





Princípio, meio e fim

1

Começa o texto de forma **a despertar e a prender a atenção** do leitor, por exemplo, com:

- uma novidade relevante,
- um episódio de interesse ou um aspeto significativo da história,
- uma descrição impressiva ou uma declaração polémica de uma pessoa conhecida do público

2

Organiza o corpo do texto de tal modo que **os vários episódios da história** (recheados de ação, casos concretos, comparações ou imagens que facilitem a compreensão das ideias expostas, e testemunhos) se sucedam logicamente e interligados por um elemento que funcione como **fio condutor**

3

Constroi o **último parágrafo** a partir de um dado que **surpreenda** o leitor, pela sua importância ou curiosidade, o **divirta** ou o **convide a refletir**, Preferencialmente com **ligação ao conteúdo da abertura**



Dicas : o que NÃO fazer

O que **não** é uma reportagem?

O repórter relata, não é o alvo da notícia! O leitor não quer saber quem escreve mas sobre o que escreve

Nunca começar um texto com por exemplo

Ex: **“os JRA estiveram em ...”**

Não deve existir confusão entre opinião e informação.

Ex: **“ Achamos lamentável que os responsáveis não se preocupem com esta situação.”**

Uma reportagem **não é um texto de opinião** e muito menos um panfleto propagandístico. Uma reportagem não pode ser um sermão moralista nem uma lição professoral.

Ex: **“Devemos todos reciclar para o planeta salvar!”**





DICAS FOTOGRAFIA e VÍDEO

Fotografia é LUZ



Observa a luz - coloca-te de costas

A iluminação tem uma influência decisiva.

Estuda a luz antes de tirar a fotografia, como os tons dourados de um amanhecer ou pôr-do-sol.



Regra dos terços



- Regra dos terços

A principal mudança que isso traz na imagem é que os objetos principais são deslocados do centro da fotografia para as laterais, o que gera um enquadramento muito mais rico.



Horizonte e paisagens

-Fotografar paisagens

horizonte horizontal a 1 ou 2 terços

1/3

2/3



Imaginando o cenário mais simples possível, um campo aberto sem árvores ou outros detalhes. Aplicar a **regra dos terços** aqui é fácil, basta deslocar a linha do horizonte para baixo, se quiser mostrar mais o céu, ou para cima, se quiser dar ênfase maior ao campo.



Escala e elemento humano



© MGomes

Aqui é o elemento humano que dá escala e dinamismo à paisagem

Retratos

- Tira melhores retratos

Os principais elementos são os **olhos**.

Desloca um pouco o rosto da pessoa de forma que **um dos olhos fique próximo à intersecção entre duas linhas guias**. Usa os comandos de profundidade de campo para criar um **fundo desfocado** e atrair mais a atenção para a pessoa



Num enquadramento mais aberto **tenta colocar o rosto na linha guia de um dos cantos.**

O principal elemento são os olhos



[Sandi Yanto](#)

Abusa das linhas

Abusa das linhas

Além das linhas retas, tem atenção às curvas. Uma curva bem posicionada na imagem pode dar uma ideia de movimento e leveza.



Procura ângulos diferentes



Mexe-te: não fotografes só de um ângulo.

Levanta-te, baixa-te, deita-te...



Pós processamento : uma boa foto não precisa de retoques nem de edição. No entanto ´podemos melhorar alguns erros que devemos evitar

recortes, horizonte, olhos vermelhos



Saturação e contraste: usa mas não abuses

LEGENDAS DAS IMAGENS

A fotorreportagem conta **uma história** com princípio meio e fim



A legenda deve **informar,**
complementar o que mostra a
imagem com o que não se vê

A pegada carbônica do Rock in Rio Lisboa é atualmente de 4.000 toneladas de CO2

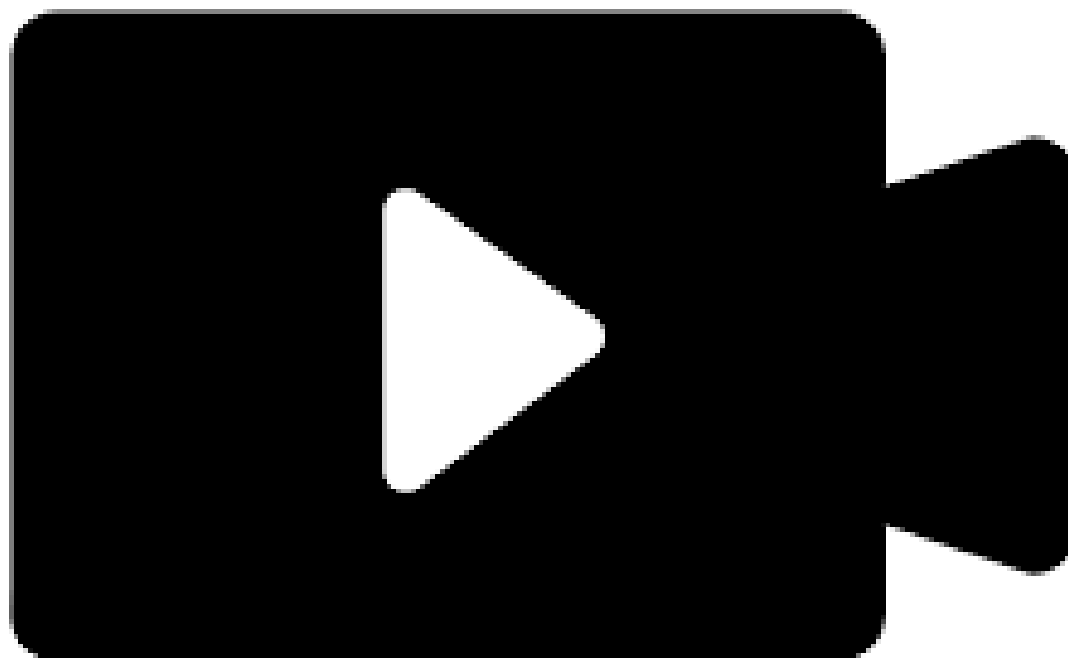
A legenda não precisa descrever o óbvio

“isto é um gato preto”

Evitar legendas poéticas...

“Com a descida da água na maré baixa, ficam visíveis pequenos tesouros vivos que fazem borbulhar a areia e deliciam o ancião....trazendo-lhe à memória recordações de brincadeiras de infância.”





VÍDEO



Dicas para vídeo

1- Pensa antes na forma e no conteúdo

É preciso saber o que se quer fazer e como será feito. Pense em criar um vídeo que desejaria ver. O que será preciso para isso?

2- Faz um roteiro – “Um bom vídeo necessariamente começa com um bom roteiro.” Procura chamar a atenção do espectador nos primeiros 30 segundos.

3- Atenção à luz e à estabilidade e planos da câmara– A luz deve estar sempre de frente para quem estiver a ser filmado. **A captação de imagens deve ser, sempre que possível, realizada com tripé** para evitar instabilidade de imagem.

4- “O som é tão importante como a imagem.” –Microfones externos têm melhor qualidade, pois não captam ruídos do som ambiente, como acontece com os microfones embutidos.



A collage of four grayscale images: a person writing on a notepad, a group of people outdoors, a person operating a video camera, and a person using a microscope.

Dicas para vídeo

5- Escolhe um bom programa e esmera-te na edição . O Windows Movie Maker é relativamente simples e fácil de usar.

6- Não exageres nos efeitos especiais

7- Use apenas música autorizada – Cuidado para não utilizar músicas protegidas por direitos de autor, o que poderá fazer com que o seu vídeo seja retirado do Youtube por contrariar as regras de utilização.

8- Cria títulos e sínteses atrativas – Faz títulos e descrições atrativas para o teu vídeo, que definam bem a proposta do projeto. Qual é a mensagem principal?

9- Conhece o seu público – Quem é o teu público? Que pessoas desejas atingir?





Aguardamos AS reportagens!