



UFRRJ

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E JORNALISMO



MANUAL DO COLABORADOR REPÓRTER RURAL

Edição 2021

COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFRRJ

Projeto editorial e textos

Cleiton Bezerra, Fernanda Barbosa, João Henrique Oliveira,
Michelle Carneiro, Miriam Braz

Projeto gráfico e diagramação

Patrícia Perez

Revisão

Alessandra de Carvalho
Fernanda Barbosa
Michelle Carneiro

Ilustrações e infográficos

Patrícia Perez e banco de imagens Freepik

BR 465, Km 47. UFRRJ, Pavilhão Central, sala 131.
Seropédica, RJ. | CEP: 23897-000
Tel: (21) 2682-2915
E-mail: comunicacao@ufrj.br
<https://institucional.ufrj.br/ccs/>

www.ufrj.br

Apresentação

Por meio deste documento, a Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) apresenta algumas diretrizes para tornar mais eficiente a produção de conteúdo para sites e mídias sociais institucionais. Em nosso **site** é possível conhecer os serviços oferecidos pela CCS. Aos profissionais que lidam com a administração de canais de comunicação institucionais, os serviços de **sugestão de pauta**, solicitações de **criação de sites** e de serviço de **design** podem ser especialmente úteis. Mencionamos, ainda, a importância de três publicações institucionais amplamente divulgadas para a comunidade universitária: o **Manual de Redação e Estilo**, o **Manual de Mídias Sociais** e o **Manual de Identidade Visual da UFRRJ**.

Produção de conteúdo

Podemos definir conteúdo como a informação disponibilizada aos seus leitores em formato de texto, foto, vídeo ou infográfico. Advertimos que todo conteúdo produzido e divulgado nos canais institucionais deve ressaltar o interesse público em sua mensagem. Não devem ser publicados conteúdos que tenham caráter exclusivo de promoção pessoal e/ou profissional de docentes, discentes ou técnicos-administrativos; que reproduzam conteúdos de terceiros sem citar as fontes correlatas; que contenham insultos ou referências preconceituosas e difamatórias a terceiros; e que configurem propaganda ou campanha publicitária externa. Para acesso ao detalhamento destas recomendações, sugerimos a leitura do documento **Procedimentos e critérios para produção e divulgação de materiais jornalísticos**.

A seguir, apresentamos algumas dicas relacionadas à produção de conteúdo.





ANTES DE INICIAR ENTREVISTAS, LEMBRE-SE:
Anote corretamente o nome do entrevistado. Para não correr riscos, antes de iniciar as perguntas, peça para o entrevistado dizer seu nome completo e o cargo que ocupa ou a profissão que exerce. Caso o sobrenome ou o nome sejam difíceis, peça para ele soletrar! Errar o nome ou a profissão cargo do entrevistado é muito constrangedor!

CUIDADO COM OS NÚMEROS!
Se a sua reportagem envolver números e datas, anote! Se tiver dúvida quanto à coerência da informação, pergunte! Não podemos passar informações com dados errados, e os números costumam ser uma grande armadilha.

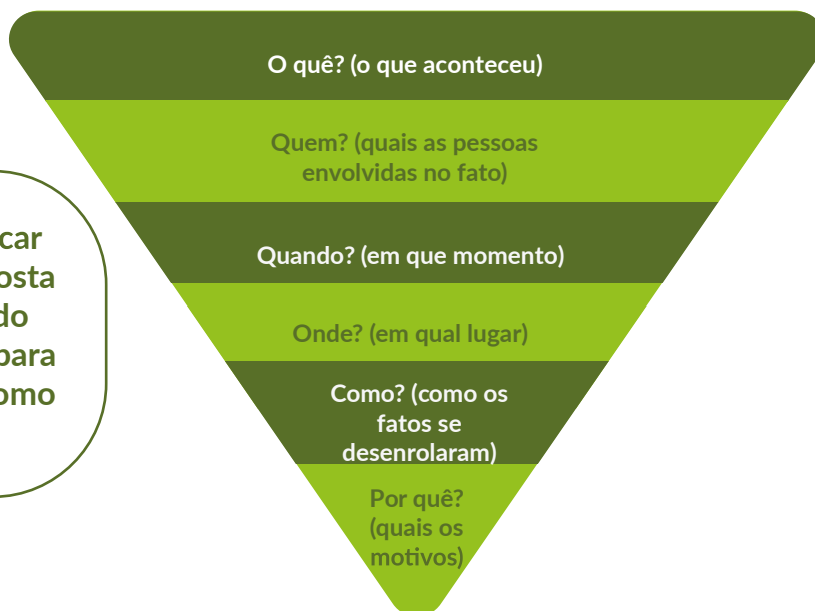
Como escrever seus textos

Aqui vale o famoso modelo da pirâmide invertida – o mais importante vem logo no início do texto, no primeiro parágrafo. Já as informações complementares, seguem nos parágrafos seguintes.



E como você vai selecionar as informações que devem aparecer no primeiro parágrafo? É simples! Você deve responder aos seis questionamentos básicos do jornalismo:

Se o primeiro parágrafo ficar muito extenso, leve a resposta do “**Como**” para o segundo parágrafo e do “**Por quê?**” para o terceiro parágrafo. Viu como é simples?



A seguir, compartilhamos algumas indicações de tamanho para os textos. Estas não são regras rígidas e devem ser adaptadas de acordo com a necessidade.

Reportagem para o site: Entre uma página e meia a duas páginas de texto corrido (formatação: fonte Arial 12; espaçamento automático entre parágrafos; espaçamento de linha 1,5).

Título: com até cinco palavras. Priorize a voz ativa e ordem direta das frases. Atenção a títulos grandes, pois podem ser cortados na página principal do site. Não utilize fonte em caixa alta.

Palavra-chave: Uma estratégia que recomendamos ao cadastrar textos nos sites institucionais é utilizar sempre a mesma palavra-chave, ou *tag*, para fazer menção a um determinado assunto. Esta ação agrupa todos os textos sobre o tema e possibilita um acesso mais rápido para o usuário.

Convergência: Após publicação no site, adapte seu texto para divulgação nas mídias sociais,

de acordo com as características de cada mídia. De maneira geral, a linguagem utilizada pode ser mais informal. Recomendamos que os textos sejam curtos, mas não esqueça o *lead*. É essencial dizer ao leitor de forma rápida qual é a notícia e por que ele deve continuar lendo seu post. Disponibilize um link para o texto completo publicado em seu site. Ilustre com uma imagem relacionada ao conteúdo da notícia.

Sempre que necessário, consulte o *Manual de Mídias Sociais* e o *Manual de Redação e Estilo*!

Orientações para produção de vídeos

- 1 Escreva um **roteiro** (a partir do seu objetivo e do seu público-alvo);
- 2 Escolha um local com **boa iluminação** no rosto. Dê preferência à iluminação natural (caso seja no quintal, evite ficar de costas para o sol);
- 3 Escolha um **local silencioso** (preste atenção se existe som de obras por perto, caso positivo grave quando o barulho diminuir). Teste o microfone do equipamento para garantir uma **boa captação de áudio**;
- 4 Preste atenção na **cena/enquadramento** (tenha cuidado com o que aparece no vídeo para que tenha a ver com o assunto);
- 5 Fique atento ao **foco da câmera** (bloqueie o foco automático);
- 6 Esteja atento aos **direitos autorais** (música, imagens) do seu vídeo;
- 7 **Use o celular na horizontal** para vídeos que serão divulgados em sites e no *YouTube* (procure manter o celular na altura dos olhos quando estiver falando de frente pra câmera);
- 8 **Identifique-se** (diga seu nome e cargo na UFRRJ);
- 9 **Grave** seu vídeo e utilize ferramentas gratuitas para **edição**;
- 10 **Publique** em seus canais!



Orientações para fotografias

1 - A foto na horizontal é panorâmica e oferece mais informação, inclusive na hora da edição.

2 - É necessário que a foto seja focada para que o assunto principal possa ser registrado.

3 - É interessante fazer mais de uma foto para que você tenha opção de escolher qual ficou melhor.

4 - Atenção para a luz! Não faça imagens contra a luz. As fotos ficam muito escuras. Mude de posição para que a luz possa iluminar o assunto que você vai fotografar. É aquela velha regrinha da fotografia: o sol (a luz) precisa estar atrás do fotógrafo iluminando o assunto a ser fotografado.

5 - Em eventos, procure fazer as fotos de frente. O ideal é que você fotografe a mesa, de preferência com faixa do evento, se tiver. As fotos de lado podem ser feitas quando você fotografar um palestrante e parte da plateia.

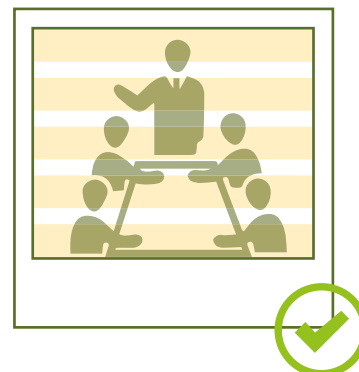
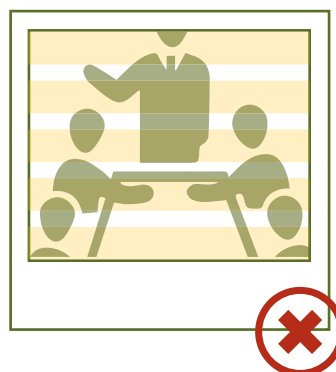
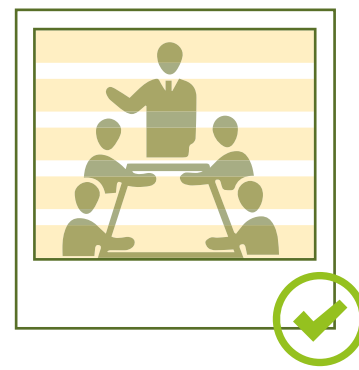
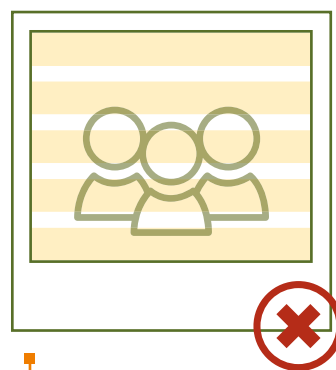
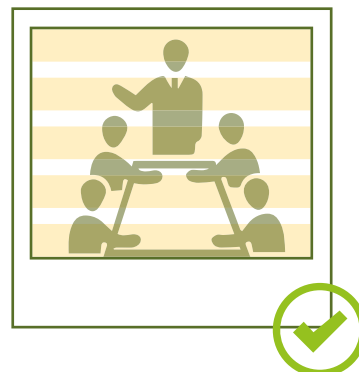
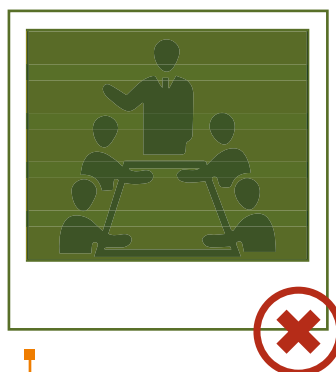
6 - Evite as fotos posadas. As pessoas adoram ficar em pé, ao lado umas das outras, olhando para a câmera e em postura ereta. Evite ao máximo esse tipo de foto! O ideal é que você faça imagens da reunião/palestra ou do evento com as pessoas agindo naturalmente, sem poses.

7 - O ideal é que as pessoas estejam todas com o rosto no mesmo nível. Preste atenção às cabeças! Não corte a cabeça ou pedaços relevantes da cena/do cenário para não perder informações preciosas que a própria imagem pode passar.

8 - Nos registros feitos nos câmpus, é sempre bom ter pessoas. Não ser que o objetivo seja fotografar a natureza e/ou arquitetura do local.

9 - Fique atento à utilização de equipamentos de proteção individual (EPI) em imagens feitas em laboratórios e trabalhos de campo.

10 - Assegure-se de que os fotografados autorizem a uso das imagens.



Fique atento!

Caso não existam boas fotos autorais ligadas ao conteúdo, opte por **fotografias** ou **ilustrações** que retratem o tema de forma genérica.

Evite utilizar prints de artigos ou documentos para ilustrar uma notícia.

Não utilize imagens que não se relacionem ao conteúdo do texto.

As **legendas das imagens** precisam ser autossuficientes, isto é, o leitor não deve recorrer ao texto para entendê-las. Explique e descreva os principais elementos da fotografia.

Sempre cite a **fonte** da ilustração e/ou **crédito** do fotógrafo.



Como fazer cards para divulgar eventos

As logomarcas da UFRRJ estão disponíveis para download no site da CCS. Siga as recomendações do **Manual de Identidade Visual da Universidade**. Lá você encontra orientações sobre o uso da marca, tipografia, cores, além de dicas para aplicação dos elementos gráficos.

Quando se trata da divulgação de um evento, não se esqueça de incluir as seguintes informações:

- Tema principal (ou título do evento);
- Dia, mês e ano;
- Horário;
- Local (ou plataforma em que acontecerá a transmissão);
- Organizador(es);
- Site ou e-mail para mais informações.

Exemplo:



Ao mencionar palestrantes, **destaque nome e sobrenome**, acompanhados da principal ocupação ou formação, de acordo com interesse de seu público-alvo. Deixe o minicurrículo para o texto de divulgação!

Com relação às imagens de preletores e convidados, evite fotos de perfil. **Priorize retratos frontais**, com boa resolução, se possível, em fundo neutro.

Para elaboração da arte, utilize **softwares para design gráfico**. Há opções gratuitas disponíveis *on-line*.

Hierarquize as informações. Com auxílio de cores e de diferentes tamanhos de fontes, dê mais destaque ao que é mais importante.

Cuidado com o **baixo contraste** e com o **excesso de elementos gráficos**.

Atenção aos formatos! Se você for utilizar a arte para divulgação no site da UFRRJ, a proporção recomendada é 1024px por 561px. Caso divulgue nas mídias sociais, fique atento às especificações de cada rede.

Formatos:



Sempre que necessário, consulte o **Manual de Identidade Visual da UFRRJ!**

Gostaria de mais informações?

Escreva para a equipe da CCS:
comunicacao@ufrj.br

Siga nossas
redes sociais e
fique por
dentro de tudo
que acontece
na **Rural!**



@universidadefederalrural

@ufrjbr

universidadefederalrural

universidaderural

<http://t.me/ufrjnoticias>

universidade-federal-rural-do-rio-de-janeiro



UFRRJ

Reitor

Roberto de Souza Rodrigues

Vice-reitor

Cesar Augusto Da Ros

Pró-reitora de Graduação

Nidia Majerowicz

Pró-reitora de Pesquisa e Pós-graduação

Lúcia Helena Cunha dos Anjos

Pró-reitor de Gestão de Pessoas

Marcelo da Cunha Sales

Pró-reitor de Assuntos Financeiros

Nilson Brito de Carvalho

Pró-reitora de Extensão

Rosa Maria Marcos Mendes

**Pró-reitor de Planejamento, Avaliação e
Desenvolvimento Institucional**

Fábio Cardozo da Silva

Pró-reitora de Assuntos Estudantis

Juliana Arruda