



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

A VIDEORREPORTAGEM COMO FORMA DE POPULARIZAR A PRODUÇÃO E O CONSUMO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA NA INTERNET

Paulo Castilho¹
R2Digital / TVCultura – SP

Resumo: A proposta é apresentar de maneira inédita a videoreportagem (formato jornalístico em que o repórter opera a própria câmera de vídeo) como uma ferramenta importante e atual para popularizar a produção e o consumo de conteúdo multimídia na Internet.

A evolução e o barateamento dos computadores pessoais, somados ao aparecimento à popularização dos equipamentos digitais de captação e de edição de vídeo e da internet de banda larga e criam um cenário favorável para a existência e a consolidação do videorepórter como jornalista criador de conteúdo multimídia.

O conceito surgiu há cerca de 20 anos na TV brasileira. Com a revolução digital na comunicação, hoje seu uso é crescente em emissoras de televisão e pode servir como opção barata para sites e portais de conteúdo na web criarem e disponibilizarem vídeos.

¹ Paulo Castilho, jornalista, formado em 1998 pela FIAM – SP. Foi repórter da Revista Imprensa, onde começou a pesquisar a Videoreportagem. Em 2000 tornou-se videorepórter da TV Cultura-SP, onde atua até hoje. É fundador da R2Digital, empresa de videorepórteres que produz conteúdo multimídia. Coordenador e professor da Oficina de Videorepórteres

Introdução

Por interesse pessoal e vontade de exercer a profissão, há oito anos tornei-me livre pesquisador do tema “Videoreportagem”, colecionando matérias feitas por videorepórteres nacionais e internacionais.

Há quatro anos, atuo como videorepórter dos principais telejornais na TV Cultura de São Paulo, como Diário Paulista, Jornal da Cultura, Metrópolis, Hora do Esporte e Grandes Momentos do Esporte.

Em 2000, comecei a me interessar por Jornalismo Online e fiz o curso à distância da UFBA. Tinha experiência com vídeo e achava que o futuro iria me possibilitar juntar as duas coisas.

Com outros dois ex-videorepórteres da TV Cultura, hoje meus sócios, tive a idéia de fundar a R2Digital – a primeira empresa de videorepórteres do país. O principal objetivo da produtora era criar uma maneira independente de produzir videoreportagens e consolidá-la além da televisão. O surgimento da internet rápida e o crescimento dela no país foi e está sendo fundamental para colocar essa idéia em prática.

Apesar de utilizada por algumas emissoras, a videoreportagem sofre preconceito no mercado de trabalho. Alguns dizem que roubamos emprego; outros, que quem faz tudo sozinho não faz nada direito. Nós, ao contrário, vemos possibilidade de criar novas possibilidades de trabalho em função de uma nova tecnologia.

Com a prática diária e a preparação de outros profissionais, é possível com um certo treinamento fazer bem feito tanto a captação quanto a edição do conteúdo por uma única pessoa. É uma questão de adaptação e exercício.

A idéia da criação de conteúdo multimídia feito por um videorepórter é um tema pouco explorado, principalmente no que diz respeito à produção para a internet. Não existe bibliografia específica sobre o assunto. No entanto, o formato já é explorado no mercado de jornalismo e de Internet em alguns portais de São Paulo.

A experiência tratada aqui está sendo construída em grande parte na prática, de uma maneira empírica, baseada numa realidade que está sendo estimulada e desenvolvida pela equipe de jornalistas da R2Digital, não só do ponto de vista para criar e explorar um novo mercado como de formar mão-de-obra qualificada para ele.

Para entender melhor toda a proposta sugere-se uma navegação no site www.r2digital.com.br, principalmente nos links Videoteca e Oficina de Videorrepórteres.

A definição do formato

O Videorrepórter, por essência, é o jornalista que trabalha sozinho em campo, utilizando uma câmera de vídeo para fazer as próprias imagens e produzir a matéria. Embora inicialmente tenha aparecido no meio televisivo, com os avanços tecnológicos e o desenvolvimento da Internet, esse profissional pode ser apresentado hoje como a forma mais eficiente de criar conteúdo multimídia. Com o crescente uso da banda larga, ele pode contribuir muito para transformar a produção de vídeo para a web, baratear esse custo e aumentar a disponibilidade de conteúdo multimídia e o hábito dos internautas consumirem esse tipo de informação intrínseca da internet.

O conceito do jornalista que faz as próprias imagens surgiu primeiro internacionalmente. Um dos precursores, nos anos 70, é o norte-americano Jon Alpert, fundador da DCTV (Downtown Community Television Center). Ele ganhou vários prêmios Emmy com seus documentários produzidos de maneira independente.

Outra fonte de inspiração é o cinema, com o filme de ficção científica Max Headrom, de 1987, dirigido por Rock Morton e Annabel Jankel, em que o repórter Edson Carter opera a própria câmera.

O surgimento da videoreportagem no Brasil

Foi neste mesmo ano, no Brasil, que a videoreportagem surgiu, no Programa TV Mix, da TV Gazeta de São Paulo. A idéia surgiu da necessidade de preencher uma grade de programação diária numa emissora com poucos recursos.

No país, começavam a chegar os equipamentos VHS (Video Home System) - ou traduzindo, Sistema Caseiro de Vídeo. Algumas pessoas começaram a experimentar a autonomia que aquele equipamento podia proporcionar a um custo relativamente baixo. Eram os Videomakers.

O cineasta de Cidade de Deus, Fernando Meirelles, na época era diretor do programa, teve a idéia de colocar no ar o que esse pessoal estava produzindo. Como o TV MIX era um programa jornalístico, como uma revista eletrônica, numa segunda fase, esses

videomakers foram substituídos por jornalistas, com o objetivo de possibilitar um caráter mais informativo aos vídeos. O programa chegou a ter uma equipe de cinco profissionais atuando como repórteres-abelha, nome dado pela comparação á agilidade do inseto.

Em 1990 o TV Mix saiu do ar. Três anos depois, a videorepotagem ressurgiu na TV Cultura. Até o ano de 1999 eram utilizadas câmeras grandes, do tipo hi-8 para produzir as matérias. Depois, elas foram substituídas por câmeras digitais do tipo miniDV, muito mais leves e compactas. Até hoje, a TV Cultura é reconhecida entre o público pela utilização da videoreportagem nos diversos programas jornalísticos da emissora.

A revolução digital e a entrada das câmeras mini-DV

No final dos anos 90, surgiram no país a internet e os equipamentos digitais de vídeo. Com estes, veio a possibilidade de realizar boas produções a um custo mais baixo que o padrão broadcasting.

Na captação, as câmeras trouxeram qualidade de áudio e vídeo jamais conseguida antes em equipamentos tão leves, baratos e compactos, o que criava uma autonomia ainda maior para o profissional que preferisse contar a história a partir do próprio olhar, fazendo as próprias imagens. Uma mudança sobretudo que valorizaria o conceito autoral da matéria.

Na área de edição, as ilhas não-lineares também representaram vantagem em relação aos equipamentos utilizados até essa época pela relação preço e qualidade de produção independente.

Na onda dessa Era Multimídia emergente, o jornalista, como videorepórter, começa a absorver algumas características dessas transformações possibilitadas por essa nova tecnologia digital. Como ela também poderia ser convergente. O profissional não dependeria mais de caras e grandes estruturas utilizadas até então para contar a própria história. A operação das ferramentas tornou-se algo cada vez mais simples e agora o jornalista podia não só gravar numa câmera de uso mais simples como editar em seu computador pessoal.

A autonomia para a produção independente começou a ganhar fôlego e algumas experiências começaram a surgir baseadas nessa revolução digital que a profissão do jornalista começava a incorporar.

A arquiteta, fotógrafa e jornalista Renata Falzoni foi a primeira videorepórter a ter um programa próprio, ainda no Canal 21, todo produzido em formato digital. Há cinco anos ela está na ESPN Brasil como videorepórter e comanda uma equipe própria no “Aventuras de Renata Falzoni”.

A relação inicial da Videoreportagem com a Internet

No ano de 2000, mesmo apenas com a opção da linha discada, a internet já possibilitava a transmissão de dados via web.

Surgido em 98 como uma tentativa da TV Bandeirantes de criar um canal local em São Paulo, O Canal 21 tinha como referência a emissora canadense City TV que adota a videoreportagem. Surgia então o núcleo SPDigital: seis repórteres tinham como equipamento de trabalho um carro, uma câmera digital com acessórios e um laptop. Eles produziam as matérias, editavam e mandavam via internet para a emissora.

Marco Antônio Abreu, que atuou como videorepórter no SP Digital, e na TV Cultura acredita que a idéia poderia ter dado mais certo em tempos de banda larga. Os vídeos eram muito comprimidos para trafegar pela internet discada e chegavam com uma qualidade indesejável para os padrões broadcasting de TV. Durou quase um ano essa experiência.”, comenta.

O crescimento da Internet de Banda Larga no Brasil

Como mostram os dados, retirados de portais e sites de notícia, o mercado brasileiro de internet rápida cresce de maneira irreversível. As projeções apontam um mercado crescente para utilização desse tipo de serviço em residências e empresas, como mostra a matéria escrita no final do ano passado pela jornalista Adriana Chiarini, publicada na seção de Tecnologia do jornal O Estado de São Paulo (www.estadao.com.br/rss/tecnologia/2003/out/06/131.htm).

*“Segunda-feira, 06 de outubro de 2003 - 17h23 **Número de usuários de banda larga cresce 1.676,41% em 4 anos** A quantidade de usuários de banda larga, que permite a transmissão de dados rápida, cresceu **de 53 mil em 1999 para 941,5 mil em julho deste ano (2003)**, o que equivale a 1.676,41% de aumento no período.”*

Se chegamos a 941, 5 mil usuários no meio de 2003, a próxima notícia - publicada no site IDG Now! - mostra que a banda larga já ultrapassava mais de um milhão e meio de usuários no final do mesmo ano, segundo dados do IDC, projetando crescimento para os anos seguintes (www.integrativa.com.br/noticias/corpo_noticias.jsp?idNoticia=83).

*”23.09.04 **Brasil tem 1,68 mi usuários de banda larga** A internet rápida conquistou 1,68 milhão de brasileiros até dezembro de 2003, revelando um crescimento de 41% em relação a 2002, informa um estudo da International Data Corporation (IDC) Brasil. Desta base, 1,4 milhão de usuários são residenciais e 240 mil corporativos”.*

"De 2003 a 2008, o crescimento médio deste setor deve ser de 29,2% ao ano, atingindo 4,28 milhões de usuários", informa José Roberto Mavignier analista sênior de telecomunicações da IDC Brasil, lembrando que a taxa de crescimento se baseia na migração de usuários de internet discada (dial-up) para o acesso em banda larga.

A expectativa da IDC, segundo Mavignier, está baseada em fatores como o aumento do número de internautas no País, a digitalização de pequenas e médias empresas, a contínua migração de usuários de acesso discado para banda larga e o crescimento dos programas governamentais de inclusão digital.

Em receita, o setor movimentou R\$ 675,2 milhões em 2003, sendo mais de 80% gerados pelos provedores de acesso na tecnologia ADSL, e os 20% restantes divididos entre o acesso a cabo, satélite e fixed wireless. Daniela Braun - IDG Now!"

Com esse crescimento, o Brasil está entre os primeiros países consumidores de banda larga no planeta, com patamares próximos de países como os Estados Unidos, conforme a matéria tirada do portal webaula, transcrita e editada abaixo (<http://portal.webaula.com.br/noticia.aspx?sm=noticias&codnoticia=118>)

”Participação de banda larga no Brasil é maior que na Argentina e México segunda-feira, 15 de março de 2004 No Brasil (...) Em termos de penetração, a banda larga responde atualmente por 6,4% dos 17 milhões de internautas. Em 2002, o número total de

internautas era de 14 milhões, com apenas 650 mil utilizando esse tipo de acesso. De acordo com Silvio Genesini, diretor da consultoria Accenture, com o panorama atual, no percentual de uso da banda larga, o Brasil permanece à frente da Argentina, que hoje tem 3% e do México, com 1%. Entretanto, o país segue atrás da Venezuela, que apresenta 9% de uso de banda larga entre seus internautas."

(...)

Os Estados Unidos aparecem com apenas 6,9% de usuários de banda larga. De acordo com Genesini, os principais fatores que influenciam no uso de banda larga são a adoção de uma política governamental com programas de fomento a esta área, competição entre várias prestadoras e também a criação de conteúdos específicos para sistema, como vídeos e aplicações multimídia. A Coréia do Sul é um dos exemplos de que a criação de um conteúdo especial para banda larga é importante."

O tempo gasto pelos internautas brasileiros com banda larga também tem aumentado, conforme notícia abaixo da Folha online (www.netmarkt.com.br/noticia2004/2627.html)

"Uso da internet no país cresce 24,1% em um ano, diz Ibope da Folha Online - Os internautas brasileiros bateram novo recorde em tempo de uso da web em casa em agosto, de acordo com dados do Ibope/NetRatings, que mede o uso mensal da rede no país. Segundo o instituto, os cerca de 12 milhões de internautas ativos do país passaram, em média, 13h58 na internet no mês passado, perdendo apenas para os usuários japoneses, com 14h26. Os americanos ficaram em terceiro lugar, com 13h40.

Em comparação com agosto do ano passado, diz o Ibope, os brasileiros aumentaram o uso residencial da rede em 24,1%. No mesmo período de 2003, os brasileiros passaram 11h15 navegando. Nos EUA e Japão o crescimento foi de, respectivamente, 4,1% e 4,4%.

'O aumento no número de horas é impulsionado pelos internautas de banda larga, que já são responsáveis por mais de 60% do tempo total on-line dos domicílios brasileiros', diz Marcelo Coutinho, diretor de análise do instituto.

"Eles navegam em média 20 horas mensais, enquanto os usuários de linha discada passam 8 horas on-line. Com a migração desses internautas para a banda larga, é natural que o tempo on-line aumente." (...)

O que a Videoreportagem tem a ver com esse crescimento da Banda Larga no Brasil?

Com todo esse potencial de crescimento da utilização da banda larga no país, a videoreportagem pode significar o barateamento e a popularização da produção de vídeos para internet, aumentando a disponibilidade de conteúdo multimídia e estimulando o consumo desse tipo de informação pelos internautas brasileiros. Como numa roda viva, quanto mais vídeos produzidos e disponíveis, mais pessoas vão acessar mais vezes a internet para assistir vídeos.

Para fazer televisão e cinema sempre foram necessários altos custos, equipes enormes, muitos equipamentos e profissionais. A produção de vídeos sempre teve como referência a produção de broadcasting e talvez esse também seja um dos motivos da pouca produção de vídeos digitais propriamente para internet. A maior parte dos conteúdos são reportagens são reaproveitadas da TV.

Com o barateamento e a minituarização dos equipamentos e algum tipo de preparo na qualificação para exercer o novo formato, novos profissionais podem abastecer esse mercado.

Esses ideais de ajudar a formar um novo mercado produzindo material, apostando na videoreportagem como forma de produção levaram à criação da R2Digital, a primeira empresa de videorepórteres do País.

R2Digital

A internet de banda larga cresceu e, junto da explosão dos DVDs, serviu de inspiração para a criação da R2Digital - a primeira produtora de videorrepórteres do Brasil.

Em novembro de 2000, três jornalistas – videorrepórteres – se conheceram na redação da Fundação Padre Anchieta (TV Cultura/SP). Apaixonados pelo conceito da câmera na mão para produzir as próprias histórias, Marcelo Guedes, Paulo Castilho e Paulo França aproveitaram os mais de dez anos de experiência acumulada com jornalismo em TVs e produtoras, eles aproveitaram esse Know-how para criar conteúdo multimídia: começaram a produzir videorreportagens para mídias digitais, como DVDs, internet, CD-Roms.

A idéia foi atuar de forma pioneira num mercado onde é cada vez mais crescente a necessidade de disponibilizar informação digital em vídeo. A evolução tecnológica dos equipamentos nos faz pensar a videorreportagem como uma maneira de explorar formas alternativas e mais baratas para produzir e veicular jornalismo de qualidade na internet. Entre nossos clientes temos Grupo Pão de Açúcar, Extra Hipermercados, Editora Abril, o violonista Yamandú Costa e o Paulista Futebol, de Jundiaí, o jogador Denílson, arquitetos da Casacor, entre outros. São empresas e pessoas que acreditam na videorreportagem como uma nova forma barata de produzir e veicular a informação, melhorando e ampliando a comunicação com o público através de vídeos para internet.

O trabalho que os videorrepórteres da R2Digital têm desenvolvido está disponível na internet e pode ser todo conferido na videoteca do site www.r2digital.com.br

Oficina de Videorrepórteres

Com o passar dos anos, a videorreportagem chama a atenção do público universitário. Vários são os trabalhos universitários, entrevistas, participações em aulas de telejornalismo e trabalhos de conclusão de curso (impressos e em vídeo) que temos feito participado como referência na produção de videorreportagem. São alunos de universidades de várias partes do país, como a Universidade Estadual de Londrina, a Fiam- SP, PUC- SP

e que estudam principalmente a videoreportagem do ponto de vista televisivo. Quanto à internet, este é um assunto que procuramos introduzir porque acreditamos na formação de um novo mercado de trabalho.

Inspirados na curiosidade deles e na necessidade de formar profissionais qualificados para esse mercado em que pretende atuar, a R2Digital criou a Oficina de Videorrepórteres. São cursos de 50 horas de duração em um mês, em que nossos alunos têm contato direto com a prática e a teoria da videoreportagem, assistem a muitos vídeos e recebem a presença de profissionais da área. No final todos passam pelo desafio de fazer uma matéria na rua.

Todas as videoreportagens produzidas no curso e o making of das Oficinas podem ser conferidos também no site www.r2digital.com.br, no link Oficina.

Desde abril de 2003 já formamos quatro turmas com 28 alunos no total. Além de alguns deles conseguiram utilizar o formato em produções próprias, ou serem aproveitados pela própria R2digital ou pela TV Cultura. Porém, tivemos experiências mais próximas da formação de profissionais que foram aproveitados especificamente para produção de conteúdo multimídia para portais na internet.

A videorepórter Fabiana Bártholo, da MTV, teve o curso pago pela empresa para se aperfeiçoar na produção de matérias publicadas apenas no site. O IG mandou um de seus jornalistas, Bruno Ondeí, que da mesma forma bancou a formação dele. Carol Thomé, que já fez videoreportagens para o UOL News, agora produz matérias para o portal AOL. Neste portal o videorepórter João França já trabalha há dois anos.

Paralelamente ao período de existência da Oficina de Videorrepórteres da R2Digital, surgiu um outro curso ministrado pelo jornalista Cássio Polliti, hoje também no UOL News como videorepórter desde 2003. É feito entre uma parceria da Studiopress com Portal comunique-se É mais enxuto, já que dura apenas um final de semana. (www.videoreporter.net)

Porque o mercado para o Videorepórter pode crescer na Internet?

Hoje, com a popularização dos equipamentos de gravação e edição digitais, a videoreportagem torna-se uma alternativa cada vez mais viável de trabalho. Com um investimento não muito alto é possível adquirir um equipamento básico para desenvolver uma boa produção. Um kit com câmera, baterias, fitas, microfone, fone de ouvido e cabos sai por volta de US\$ 1.000,00 (mil dólares).

Com um investimento parecido, também é possível adquirir um computador com capacidade razoável para edição das matérias e finalização de trabalhos. A popularização da internet rápida e dos DVDs também contribui para a abertura de mercado para a videoreportagem.

Por ser um veículo essencialmente multimídia, existe uma tendência para que o potencial audiovisual da internet rápida seja mais explorado. A videoreportagem se apresenta neste cenário como a maneira mais viável economicamente para que os portais de jornalismo e sites corporativos produzam e veiculem informação multimídia com boa qualidade de imagem e conteúdo, a um custo menor do que com a utilização de uma equipe.

(...)

Hoje, com uma câmera e um computador é possível fazer tudo sozinho. É como se pudesse ter uma produtora dentro do quarto de casa.

Em pouco tempo, esse mercado de videoreportagem ampliará seus horizontes no Brasil, aumentando as chances de trabalho nessa área de criação de conteúdo multimídia. E foi com o objetivo de preparar novos profissionais para essa realidade que surge, ampliando esse mercado de trabalho, que desenvolvemos esta Oficina de Videorepórteres da R2Digital.

Temos convicção de que esta é uma maneira importante e inovadora para consolidar novos meios de produção e veiculação de informação audiovisual, principalmente para estimular a produção e aumentar o hábito do consumo de multimídia para internet.

Gostaríamos de participar de alguma maneira do Congresso Ibero-Americano de Jornalistas na Internet para mostrar de maneira pioneira essa experiência que pode influenciar o jornalismo brasileiro na web.

Bibliografia

Manual de Telejornalismo

Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima

Editora Campus

Capítulo *O Videorrepórter: páginas 73 a 75.*

Manual de Videoreportagem

Publicação independente utilizada durante a Oficina de Videorrepórteres da R2Digital.

Escrito por Paulo Castilho.

Revista Imprensa

Matéria publicada na em abril de 1999, págs 60 a 64.

Escrita por Paulo Castilho.

Título: “Uma pauta na cabeça e uma câmera na mão”

Webgrafia

Site R2Digital - www.r2digital.com.br

Site Oficina de Videorrepórteres - www.r2digital.com.br/oficina

Site Videorrepórter.Net - <http://www.videoreporter.net/>

Site UOL News - <http://noticias.uol.com.br/uolnews/videos/>

Portal AOL - www.aol.com.br

Portal MTV – www.mtv.com.br

Portal Comunique-se www.comunique-se.com.br

Entrevista do videorrepórter Paulo Castilho ao jornalista Mario Lima Cavalcanti, para a coluna Jornalismo Online publicada no dia 12/5/2004.

Título: **R2Digital e a Videoreportagem para a Web**