

OBSERVATÓRIO DO AUDIOVISUAL POTIGUAR: DESAFIOS DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA PARA O SETOR AUDIOVISUAL

Observatório do audiovisual Potiguar: Retos de la extensión universitaria para el sector audiovisual

*Observatório do audiovisual Potiguar: Challenges of the university extension for the
audiovisual industry*

Janaíne Sibelle Freires Aires¹

RESUMO

Este artigo apresenta as diretrizes teóricas e metodológicas que orientam as ações do projeto de extensão Observatório do Audiovisual Potiguar, vinculado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. O projeto visa fornecer ao setor audiovisual e à sociedade ferramentas analíticas que auxiliem o desenvolvimento econômico, social e humano da região a partir da análise de sua produção audiovisual. Nosso objetivo é detalhar os pilares da proposta a fim de refletir sobre o papel social da extensão universitária na elaboração de ferramentas que auxiliem a formulação de políticas públicas, desenvolvimento de novas pesquisas e na difusão da memória e da cultura audiovisual.

Palavras-chave: Observatório do audiovisual potiguar; Políticas públicas; Arranjo produtivo; Extensão universitária.

¹ Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Líder do Epa! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual.

RESUMEN

El artículo presenta las directrices teóricas y metodológicas que orientan las acciones del proyecto de extensión Observatório do Audiovisual Potiguar, vinculado al Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Rio de Grande do Norte. El proyecto tiene como objetivo proveer al sector audiovisual y a la sociedad civil instrumentos analíticos que apoyen el desarrollo económico, social y humano del estado a partir del análisis de su producción audiovisual. Nuestro objetivo es detallar los pilares de la propuesta con el fin de reflejar acerca del rol social de la extensión universitaria en la elaboración de instrumentos que contribuyan a la formulación de políticas públicas, al desarrollo de nuevas investigaciones y en la difusión de la memoria y de la cultura audiovisual.

Palabras clave: Observatório do audiovisual potiguar; Políticas públicas; Arreglo productivo; Extensión universitaria.

ABSTRACT

This article is intended to present the theoretical and methodological guidelines that guide the extension education project Observatório do Audiovisual Potiguar in the Department of Social Communication, the Federal University of Rio Grande do Norte, Brazil. The mission of this project is to provide analytical tools from evidence-based analysis to all agents involved in the audiovisual industry and civil society to help the economic, social and, human development of the state. Our primary purpose in this study is to describe the main elements of the proposal to reflect on the social role of extension education programs in the development of tools that assist public policies, the development of new research, and the dissemination of cultural memory and audiovisual.

Keywords: Observatório do audiovisual potiguar; Public policy; The audiovisual industry; University extension.

INTRODUÇÃO

A comunicação, o audiovisual e a cultura no Brasil são caracterizadas pela profunda concentração no eixo São Paulo – Rio de Janeiro. Assim, este aspecto fortalece as assimetrias regionais, no que se refere à elaboração de diagnósticos da comunicação e da cultura, à formação de mão de obra e ao fomento à pesquisa. Dessa forma, a universidade pública tem um papel central a desempenhar para a ruptura destes desequilíbrios. Foi este propósito que estimulou o desenvolvimento de um projeto de pesquisa cujo sentido se tornou imanente à implantação de uma ação de extensão e sua associação a disciplinas do Curso de Comunicação Social – Audiovisual da Universidade Federal do Rio Grande do Norte ¹.

É, pois, a partir da indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão que o Observatório do Audiovisual Potiguar surge como uma ferramenta social. Lançada em outubro de 2020, a proposta é resultado de um projeto de pesquisa intitulado “Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte” ², desenvolvida entre agosto de 2019 e julho de 2020. Assim como o projeto de pesquisa, o Observatório do Audiovisual Potiguar filia-se teoricamente a área da Economia Política da Comunicação ³, corrente teórica esta que se dedica ao estudo das relações sociais, em especial das relações de poder presentes na produção, na distribuição e no consumo de recursos da comunicação (MOSCO, 2009). Tal filiação teórica é determinante, também, para que a pesquisa tenha reverberado em um projeto de extensão como o que apresentamos neste artigo, uma vez que a área, historicamente, compreende a intervenção social como uma forma de conhecimento.

Ao longo da realização da investigação e da criação do banco de dados, observou-se que, a partir da atualização periódica das informações coletadas e das análises desenvolvidas, seria possível oferecer ao setor ferramentas interativas que o auxiliassem em seu desenvolvimento econômico, social e humano. Neste artigo, nosso objetivo é apresentar as estratégias teórico-práticas que orientaram a implantação das ações do projeto com o intuito de refletir sobre a importância da extensão universitária no fortalecimento de um arranjo produtivo local, com relevância não somente econômica, mas especialmente simbólica.

Inicialmente, discorreremos sobre a metodologia adotada para a implantação de um observatório do tipo Think Tank, isto é, um mecanismo que, pautado pelo pensamento crítico, visa a

¹O projeto dialoga diretamente com as necessidades das disciplinas de Formação Econômica, Social e Cultural do Brasil; Economia Política do Audiovisual; Produção Executiva e Gestão do Audiovisual ofertadas regularmente pelo departamento.

²O grupo base de pesquisa é o Epa! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, que está organizado atualmente em duas linhas: 1) Economia Política do Audiovisual; 2) Políticas da Comunicação e da Cultura.

atender o interesse coletivo à medida que formula propostas de intervenção social. Nesta seção, apresentaremos, também, os objetivos da execução do projeto. Na sequência, discorreremos sobre as estratégias metodológicas e os eixos temáticos adotados e, para refletir sobre os resultados alcançados até o momento, apresentaremos as seções que formam o portal do projeto (www.opa.ufrn.br).

OBJETIVOS E DESAFIOS DE UM OBSERVATÓRIO THINK TANK

A extensão universitária é, segundo definição do Fórum de Pró-reitores de Extensão (FOR-PROEX), necessariamente, um processo de cunho interdisciplinar e com apelo educacional, cultural, científico e político. Trata-se, sobretudo, de um exercício de interação mútua e transformadora entre a Universidade e a sociedade. Embora a extensão universitária exista desde o processo de implantação das universidades brasileiras, apenas recentemente este pilar conquistou diretrizes comuns e definidas nacionalmente, através do processo de curricularização da prática extensionista, previsto no Plano Nacional de Educação (PNE) implantado em 2014, com metas até 2024, regulamentado em 2018 pela Resolução nº 7 MEC/CNE/CES, de 18 de setembro de 2018. Desse modo, tal regulamentação aponta como diretrizes nacionais para as práticas extensionistas no Ensino Superior quatro processos complementares, a partir dos quais as ações devem ser implementadas, a saber: a) a interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade, que deve ser executada através da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social; b) a formação cidadã dos estudantes, que parte da compreensão de que as ações extensionistas devem ser marcadas e constituídas pela vivência imersiva dos estudantes na aplicabilidade de seus conhecimentos – de forma interprofissional, interdisciplinar e integrada à matriz curricular; c) a produção de mudanças na própria instituição superior e nos demais setores da sociedade: interação recíproca e benéfica para ambos na construção e na aplicação de conhecimentos; e, por fim, d) a articulação entre ensino/extensão/pesquisa, integrados por um processo pedagógico único, interdisciplinar, político-educacional, cultural, científico e tecnológico.

Assim, tais diretrizes se confluem na criação estrutural do Observatório e reverberam na concepção e na execução das atividades, também apoiadas nas diretrizes nacionais, conforme destrin-

³No Brasil, a esta área estão vinculadas uma série de iniciativas similares que buscam observar aspectos das indústrias culturais brasileiras, a exemplo do Observatório de Economia e Comunicação da Universidade de Sergipe e o Observatório de Indústrias Criativas da Unesp-Bauru.

⁴Também nomeado como integralização da extensão.

charemos no decorrer desta pesquisa. Para entendermos a arquitetura do projeto, para acolher as diretrizes da extensão de forma coerente, é importante salientar, no entanto, que, no meio acadêmico, não há um consenso com relação à tipologia mais adequada para observatórios sociais. Em geral, estes mecanismos assumem modelos muito diversos e, por vezes, associados a elementos híbridos. Esta variedade, para Luis Albornoz e Micael Herschmann (2006), é resultado das diferentes origens e temáticas e cada modelo será diretamente afetado pelos objetivos programáticos, metodologias utilizadas, âmbitos de atuação e de grau de evolução do projeto.

Sendo assim, a partir de levantamento de observatórios que se dedicam a questões sociais especialmente focadas na informação, na comunicação e na cultura, os autores observam dois tipos gerais: os observatórios fiscais e os observatórios Think Tank. Albornoz e Herschmann identificam, ainda, um conjunto de funções compartilhadas entre eles: a) recopilação e elaboração de bases de dados; b) criação de metodologias para codificar, classificar e categorizar informações; c) incentivo à conexão entre pessoas e organizações que trabalham em áreas similares; d) elaboração de aplicações específicas de novas ferramentas técnicas; e, por fim, o e) desenvolvimento de análise de tendências/publicações. (ALBORNOZ; HERSCHMANN, 2006).

Dessa forma, os observatórios que adotam modelos fiscais estão vinculados a iniciativas que defendem a cidadania e a democracia participativa por meio do monitoramento dos meios de comunicação, confluindo, especialmente, jornalistas, pesquisadores e usuários dos meios de comunicação. Trata-se, portanto, de um formato muito mais orientado para o exercício crítico, fundamental para a transformação e a conscientização social. Já no que se refere aos modelos do tipo Think Tank, a eles estão vinculados organismos, em geral do poder público, que se preocupam e atuam no processo de formulação de políticas públicas. Neste caso, tratar-se-iam de mecanismos financiados com recursos públicos e/ou sustentados por agentes sociais, acadêmicos, estatais, produtivos e culturais.

Para este segundo tipo, concordamos com o ponto de vista de Semensato (2015), que entende que o cerne do trabalho está na elaboração de orientações para o setor, articulando pesquisas, diagnósticos, indicadores e avaliações com o intuito de auxiliar a elaboração de políticas públicas; logo, não necessariamente abdicando do papel crítico que caracteriza o primeiro tipo, mas buscando nortear e elaborar ideias baseadas no interesse coletivo.

Entendemos, neste sentido, que o formato adotado se torna ainda mais potente quando o desenvolvemos no âmago da prática extensionista, uma vez que se propicia o envolvimento desde o processo de formação no enfrentamento dos desafios regionais. Todavia, a dinâmica de desenvol-

vimento do projeto também precisa estar orientada pelas diretrizes nacionais de concepção e de execução discente. Assim, é preciso considerar que, deste ponto de vista, destacam-se, dentre as diretrizes, os seguintes princípios: 1) contribuir na formação integral, crítica e responsável do discente; 2) estabelecer diálogo construtivo e transformador nacional e internacionalmente; 3) promover o compromisso social das instituições de ensino superior com todas as áreas, com o propósito de contribuir com o enfrentamento das questões da sociedade brasileira e em consonância com as políticas ligadas às diretrizes para educação ambiental, educação étnico-racial, direitos humanos e educação indígena; 4) apoiar-se em princípios éticos que expressem o compromisso social de cada estabelecimento superior de educação, bem como quanto à dimensão social do ensino e da pesquisa; e, por fim, 5) atuar na produção e na construção de conhecimentos atualizados e coerentes, voltados para o desenvolvimento social, equitativo, sustentável com a realidade brasileira.

Dessa forma, os estudantes vinculados são estimulados a aprimorar técnicas de coleta e de análise de dados fundamentais para a formação profissional, o que fortalece diretamente o desenvolvimento acadêmico e a capacidade de interlocução destes aprendizes com os setores do mercado. A proposta se alicerça, ainda, no desenvolvimento do protagonismo e na formação continuada. Além de promover o aperfeiçoamento da capacidade de síntese e o senso crítico, a participação de estudantes extensionistas e de iniciação científica é ideal para a formação de profissionais especializados em Produção Executiva, Gestão de empresas e de produtos audiovisuais e na formulação de políticas públicas para a cultura e para a comunicação.

No caso de um observatório vinculado à uma instituição de ensino, de pesquisa e de extensão, outras variáveis e desafios se associam. Inicialmente, destacamos a importância da preservação do viés pedagógico e de formação profissional. Tratam-se, desse modo, de desafios de ordem educativa e de ordem institucional, uma vez que estes aspectos impõem dinâmicas que, muitas vezes, estão excluídas de observatórios similares. Como exemplo, podemos citar a sazonalidade dos participantes, que, em geral, se associam ao projeto ao longo de seus processos de formação e cujo vínculo dura, em média, dois anos.

O perfil de membros também implica, sobretudo, no ritmo de produção, já que é fundamental maturar a formação e desenvolver as demais atividades acadêmicas. Dessa forma, os estudantes envolvidos são iniciados à pesquisa concomitantemente ao desenvolvimento da extensão. Estes elementos acrescentam funções e exigem, especialmente, posicionamento político e crítico diante do setor observado.

No contexto de uma indústria cultural audiovisual periférica, como a que nos dedicamos a

investigar, desalinhar as pesquisas, os diagnósticos, os indicadores e as avaliações de seu propósito de combate às desigualdades, à precarização do profissional e da produção audiovisual seria um absoluto desserviço. Por isso, a estrutura do Observatório do Audiovisual Potiguar incorpora traços de um laboratório de ideias de cunho progressista que assume o compromisso de transformação da sociedade e de construção de cenários contra hegemônicos, assumindo, portanto, as funções citadas pelos autores anteriormente, no que se refere à recopilação e elaboração de uma base de dados, à criação de metodologias de codificação, classificação e categorização, à conexão entre pessoas e organizações do ramo, à criação e aplicação de novas ferramentas técnicas e à análise de tendências/publicações.

Assumir este papel, sob nosso ponto de vista, é fundamental para a compreensão dos processos históricos, sociais, econômicos e ideológicos da produção e da distribuição dos bens simbólicos. O acesso à informação é capaz de fomentar significativas transformações na atitude profissional e no reconhecimento como classe, primordiais em um ambiente marcado pela intermitência e sazonalidade de produções.

Por isso, como objetivos, o Observatório pretende: 1) acompanhar as atividades e os atores dos diferentes eixos da cadeia de produção do audiovisual – produção, programação e distribuição – no Rio Grande do Norte; 2) sistematizar e difundir dados sobre as empresas, as entidades e os trabalhadores do setor audiovisual do estado; 3) produzir conteúdo balizado e com rigor científico que vise subsidiar novos projetos, políticas públicas e pesquisas que combatam desigualdades e a precarização do profissional e da produção audiovisual; 4) elaborar análises sobre as dinâmicas do arranjo produtivo local; 5) difundir e preservar a memória da produção audiovisual local através de mecanismos de catalogação digital; 6) manter dashboard digital com dados do setor atualizados trimestralmente; 7) desenvolver e aplicar política editorial que fomente a publicação de conteúdo específico sobre a cultura audiovisual regional; 8) fomentar a articulação de políticas públicas e experiências inovadoras que colaborem com a interiorização da produção, a preservação da memória e a ampliação do consumo de obras locais.

O acolhimento desta iniciativa em uma entidade pública, como o é a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, favorece a possibilidade de continuidade da proposta, bem como incorpora valores fundamentais de sua missão institucional a um projeto que visa, através da independência, do rigor científico e da universalidade, contribuir com os setores econômico e simbólico do audiovisual.

Assim, a dinâmica da iniciativa se consolida mediante a sua atualização periódica, o atri-

moramento metodológico e a formação de público. Sob nosso ponto de vista, tais aspectos são requisitos fundamentais para: 1) a formulação de políticas públicas e de estratégias de fomento e de financiamento; 2) o fortalecimento dos mecanismos de organização laborais e setoriais; 3) o resgate e a preservação da memória audiovisual; e, sobretudo, 4) a formação profissional.

METODOLOGIA E ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

Conforme já destacamos, o Observatório do Audiovisual Potiguar se filia teoricamente à Economia Política da Comunicação. Esta afinidade não é meramente instrumental, haja vista que implica no posicionamento social orientado ao compromisso da transformação social e ao arcabouço conceitual adotado. Trata-se, deste modo, de um campo científico em que a militância e a pesquisa caminham lado a lado.

A Indústria Cultural (ADORNO, 2009), termo cunhado por Teodor Adorno e Max Horkheimer, em 1947, é, para nosso projeto, um conceito determinante. A partir dele é possível compreender a arte como mercadoria e, logo, os processos de massificação e de padronização presentes na indústria cinematográfica. No entanto, embora central, reconhecemos que são diversos os formatos de indústria no mundo, especialmente quando avaliamos contextos superlocais, como é o caso do nosso observatório. Por isso, adotamos o termo no plural: indústrias culturais. A partir da apropriação dos conceitos de Indústria cultural e indústrias culturais é possível identificar as lacunas que podem ser preenchidas na cadeia produtiva do espetáculo (DANTAS, 2002), bem como refletir sobre o papel do Estado na regulação do setor.

Além da concentração nos eixos Rio de Janeiro-São Paulo, os mercados de comunicação e do audiovisual no Brasil são profundamente dependentes das verbas públicas estatais. Por isso, especialmente no contexto periférico que observamos, é delicado definir como um mercado, de fato. A produção cinematográfica, como destaca Simis (2015), tem, desde as primeiras experiências, o Estado como mecenas. A industrialização do cinema no Brasil ainda é um projeto não concretizado (BAHIA, 2012). Por isso, entender o padrão-tecnoestético (BOLAÑO; BRITTOS, 2007) que ordena os determinantes culturais e simbólicos dos mercados culturais locais e regionais, inserido no contexto de uma prática extensionista, pode oferecer contribuições que auxiliem o setor a compreender os critérios de posicionamento de mercado, de políticas públicas, das relações estéticas e

das demandas sociais.

A ausência de pesquisas e o empirismo que se consolidou no setor também dificultaram o processo de identificação das dinâmicas da indústria cultural do audiovisual na América Latina. Este aspecto colaborou para a incorporação acrítica de modelos de negócios, conceitos, nomenclaturas e marcos regulatórios estrangeiros, adequados à realidade da indústria cultural americana, e quem sabe até à europeia, mas inúteis para os arranjos tupiniquins.

Desta maneira, nossos dados estão organizados em quatro eixos: espacialização, estruturação, mercantilização e memória, conforme destrinchamos no quadro 01.

Quadro 01 – Eixos temáticos e ferramentas

EIXO	DESCRIÇÃO	FERRAMENTA
Espacialização	Dinâmica espacial da concentração e especialização das empresas e atores locais.	Seção Mapa do Mercado Audiovisual do Rio Grande do Norte
Estruturação	Relações sociais e de poder e sua organização de classe, gênero e raça.	Seção Análises
Mercantilização	Processos de conversão de valores em produtos rentáveis.	Seção Análises
Memória	Catálogo digital de produtos e realizadores do audiovisual local.	Parceria com o projeto CinePoty (www.cinepoty.org) e manutenção de banco de dados próprio

Fonte: Elaboração própria (2021).

Os três primeiros eixos adotam as definições de Vicent Mosco (2009), para quem a espacialização é fundamental para o reconhecimento da dinâmica de um setor econômico. Através dela é possível reconhecer os graus de concentração e seu nível de especialização vigentes. A estruturação se refere às relações sociais e de poder, especialmente organizadas pelos recortes de classe social, gênero e raça. Busca-se, pois, construir ferramentas que nos permitam conhecer as desigualdades no acesso à riqueza e à visibilidade no contexto do mercado local. A mercantilização se refere à transformação de valores em produtos comercializáveis. Já a memória representa a catalogação digital de produtos e atores envolvidos no setor. Atualmente, buscamos contemplar os quatro eixos através

de ferramentas e seções do site do projeto de extensão, hospedado no servidor da universidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO: APRESENTAÇÃO DO PORTAL E A DIFUSÃO CIENTÍFICA

A informação e a sistematização do conhecimento são fundamentais para o desenvolvimento de qualquer setor produtivo. O Observatório do Audiovisual Potiguar alicerça sua atuação na identificação das características absolutas, relativas e relacionais em tensão dialética entre os espaços materiais, as representações do espaço e os espaços de representação (HARVEY, 2006) do arranjo produtivo do audiovisual norte-rio-grandense.

A proposta teórica de Harvey (2006) mostra como as práticas sociais definem o urbano, a memória e as diversas significações culturais, e está alicerçada em uma perspectiva multidimensional de compreensão da realidade. Isto significa que o olhar sobre a espacialidade do audiovisual no Rio Grande do Norte precisa se dedicar às dimensões absolutas e materiais – à propriedade, ao profissional e às normas; mas também deve estar atenta às dimensões relativas e de representação do espaço – os vínculos em rede, as lógicas de consumo, as relações políticas e simbólicas, bem como às dimensões relacionais e de espaços de representação – que se dedicam a observar os atores envolvidos, as entidades de organização elaboradas e os valores simbólicos projetados.

É fundamental destacar, portanto, que, até o momento, o setor do audiovisual no estado se nutre de dados sistematizados pelo Observatório Brasileiro de Cinema e Audiovisual, o OCA, iniciativa da Agência Nacional de Cinema (Ancine)⁵. Este observatório nacional, criado em 2008 e reformulado em 2016, sistematiza os dados que são resultados diretos das atividades de fomento, regulação e fiscalização da Ancine. Isto é, trata-se de um mecanismo de transparência das informações fornecidas pelos próprios agentes de mercado com base em suas obrigações legais.

Os dados nacionais fornecidos, portanto, distanciam-se, muitas vezes, da informalidade que caracteriza as experiências locais, pois a produção e o consumo de obras que resultam de iniciativas independentes não são alcançados no rastreamento. Ademais, dimensões absolutas, relativas e relacionais vivenciadas pelos estados e seus diferentes municípios também ficam de fora das análises e

⁵O Observatório Brasileiro de Cinema e Audiovisual recolhe dados coletados diretamente do trabalho de fomento, regulação e fiscalização da ANCINE. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/>. Acesso em: 14 mar. 2021.

acabam desconhecidos no processo de formulação de políticas públicas setoriais.

É fundamental, pois, citar iniciativas de pesquisa recentes que vêm alterando significativamente este quadro a partir da promoção da sistematização de informações sobre o campo, a exemplo da obra de Dênia Cruz (2014), que disserta sobre as oficinas do projeto Semeando Cultura no interior do Rio Grande do Norte e apresentou, pioneiramente, uma proposta para a criação de um observatório da produção audiovisual local; e de Diana Coelho (2019; 2017), que desenvolveu pesquisa que elaborou uma cartografia do setor.

Além dessas, há o trabalho da Cinemateca Potiguar, coordenado por Mary Land Brito, Vanessa Trigueiro, Rafaela Bernadazzi, Paulo Muniz e Priscilla Fontenele, do IFRN, que, desde 2014, mantém um acervo físico das obras audiovisuais do estado com atividades diárias de difusão, de pesquisa e de formação de público. Há, ainda, as iniciativas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, a partir da criação do Curso de Comunicação Social – Audiovisual em 2017, que estimulou o desenvolvimento de pesquisas sobre o campo, publicadas nas obras denominadas “Claquete Potiguar”, organizada por Adriano Cruz, Dênia Scaff, Maria Aparecida Ramos e Ruy Rocha (2020; 2017), desenvolvida, também, como parte das atividades da Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC/RN) e da articulação que resultou no I Fórum Audiovisual do RN ⁶.

Destacam-se, também, observatórios que atuam na região, a exemplo do Amaru – Observatório Latino-Americano de Comunicação, Mídias e Direitos Humanos, coordenado por Aline Lucena, e o OBTEP – Observatório de Tendências Publicitárias, coordenado por Marcela Costa, ambas iniciativas da UFRN.

Há, no entanto, um aspecto presente nas iniciativas oriundas dos movimentos de organização do setor marcadas, especialmente, pela intermitência. Atualmente, a própria Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC/RN), fundada nos anos 2000, passa por um momento de desarticulação. O caráter intermitente se observa no desenvolvimento de iniciativas que reúnem o setor em torno de discussões pontuais, muitas vezes de baixa adesão. Mais recentemente, destaca-se a discussão sobre a Lei Aldir Blanc, de caráter emergencial para a mitigação dos impactos da crise econômica provocada pela pandemia de Covid-19 no setor da cultura.

⁶Buscamos contemplar na proposição de parcerias do Observatório do Audiovisual Potiguar todas as iniciativas citadas e criamos assim uma rede de projetos e pesquisadoras diretamente comprometidas com o debate sobre o setor audiovisual local, com a questão de gênero e de combate à misoginia na academia.

Todas as ferramentas são construídas através do levantamento de dados, cruzando duas bases mantidas por dois órgãos oficiais. Nesta primeira fase, adotou-se a ANCINE, através do Sistema Ancine Digital, e a Receita Federal, através do serviço de comprovante de inscrição e de situação cadastral. Ambos os sistemas são abertos e públicos. Do primeiro sistema, extraímos os dados ge-

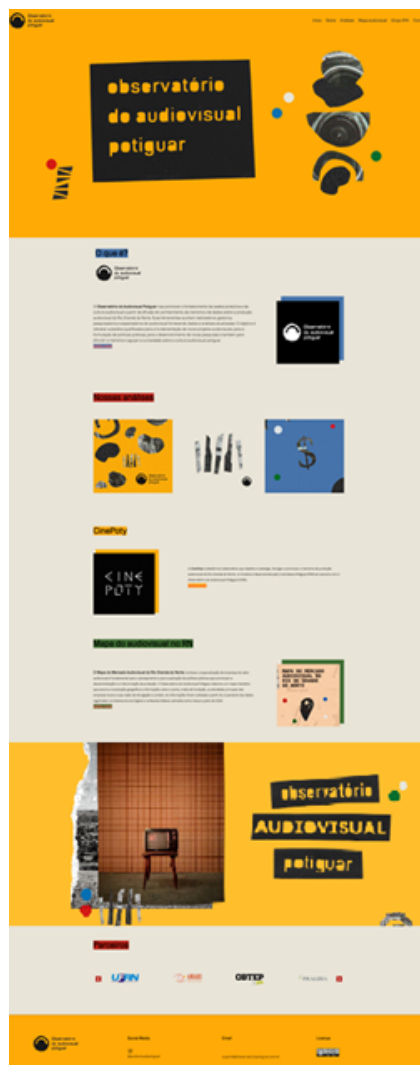
Elemento	Descrição
ID	Número de identificação da empresa em nosso banco de dados
NOME FANTASIA	Denominação da marca para seu público
RAZÃO SOCIAL	Denominação oficial da pessoa jurídica individualizada e que exerce suas atividades
CNPJ	Sigla de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CATEGORIA	Porte da empresa de acordo com a legislação
DATA DE FUNDAÇÃO	Dia em que a empresa passou a existir oficialmente indicada pela receita federal
REGISTRO ANCINE	Número do agente econômico na ANCINE
ATIVIDADES DECLARADAS	Atividades declaradas no registro de CNPJ de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CAPITAL SOCIAL	É o capital registrado na ocasião de registro do CNPJ
SÓCIOS	Sócios são aliados para o desenvolvimento de uma empresa
ENDEREÇO	Localização apontada na ocasião da criação da empresa
CEP	Contatos registrados no CNPJ
CIDADE	
TELEFONE	
E-MAIL	
LATITUDE	Localização da criação da empresa no mapa
LONGITUDE	Localização da criação da empresa no mapa
SITE	Informações pesquisadas no Google
FACEBOOK	
INSTAGRAM	
YOUTUBE	
VIMEO	

rais de cada serviço regulado pela Ancine. Ao todo, foram extraídas 33 tabelas com os diferentes serviços regulados e as respectivas empresas cadastradas. Ali estavam registradas as empresas que foram incorporadas à plataforma até o dia 02 de abril de 2020. Após esta coleta, estudamos detalhadamente cada serviço e seus códigos.

Na sequência, extraímos as informações referentes às empresas registradas no estado do Rio Grande do Norte e conseguimos conhecer as razões sociais, os nomes fantasias, as atividades declaradas e o registro ANCINE de cada uma. O passo seguinte consistiu em organizar essas informações em uma tabela, que originou nosso banco de dados, composto pelos elementos descritos no quadro 02.

Quadro 02 – Elementos do banco de dados Mercado Audiovisual no Rio Grande Do Norte

Fonte: Elaboração própria (2021).



Com os dados extraídos e minerados, oriundos do Sistema Ancine Digital, seguimos para o cruzamento das informações com os dados da Receita Federal. Por meio do CNPJ de cada empresa, recolhemos informações sobre data de fundação, sobre o endereço, sobre o porte e sobre o quadro societário. Por fim, coletou-se, pesquisando uma a uma, os seus dados de contato buscando informações nas redes sociais e em sites de busca. Na sequência, buscamos geolocalizar cada uma das empresas através do reconhecimento da latitude e da longitude indicada. As informações foram compiladas no banco de dados e revisadas pelos membros do projeto. Reunidas essas informações, o banco de dados foi disponibilizado para os usuários do site do projeto (FIGURA 01) pelas desenvolvedoras Talita Santos, Vinólia Serejo e Maria Rita Casagrande, da Outsiders, empresa contratada

pelo projeto.

Figura 01 – Home do observatório do audiovisual potiguar

Fonte: Printscreen do site do projeto. Disponível em: www.opa.ufrn.br. Acesso em: 14 mar. 2021.

A home do projeto, conforme visualizamos na Figura 01, está dividida em seis partes: 1) cabeçalho: em que apresentamos a identidade visual do projeto, desenvolvida pelo Estúdio Rima; 2) O que é? – em que explicamos os objetivos e público-alvo; 3) Nossas análises – que reúne os três



Início Sobre Análises Mapa audiovisual Grupo EPA Contato

Sobre

Um projeto de extensão da UFRN

O Observatório do Audiovisual Potiguar é um projeto de extensão do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Lançado em agosto de 2020 pelo EPA – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, o Observatório reúne inicialmente os resultados da primeira fase da pesquisa “Mercado Audiovisual do Rio Grande do Norte”, desenvolvida entre julho de 2019 e junho de 2020.

O objetivo da pesquisa foi identificar, mapear e analisar os modelos de negócio do mercado local, com o propósito de trazer apontamentos sobre as relações de poder, de gênero, de remuneração e de especialização predominantes no amanho produtivo local.

Além da realização da pesquisa e da criação do nosso banco de dados, observou-se que a partir da atualização periódica das informações coletadas e das análises desenvolvidas seria possível oferecer ao setor ferramentas interativas que o auxiliasse em seu desenvolvimento econômico, social e humano.

Além do rigor científico que norteia a elaboração e a atualização de nossos instrumentos de análise, o Observatório almeja sua produção no combate às desigualdades e à precarização do profissional e da produção audiovisual, bem como visa fomentar a articulação de políticas públicas e experiências inovadoras que colaborem com a interiorização da produção, a preservação da memória e a ampliação do consumo de obras locais.

Este portal está estruturado em três seções: Análises, onde reunimos artigos, entrevistas e resenhas que se debruçam sobre diferentes aspectos do mercado e da produção audiovisual do estado do Rio Grande do Norte; CinePoty, que é uma plataforma colaborativa que reúne dados sobre as produções audiovisuais potiguares com o intuito de catalogar, difundir e preservar a memória audiovisual, em parceria com a Cinemateca Potiguar/EPAN; e Mapa, ferramenta interativa, onde é possível consultar dados sobre as empresas produtoras do audiovisual no Rio Grande do Norte.

Nossas produções são licenciadas em Creative Commons e reverberam também na produção e na publicação de relatórios de pesquisa, de artigos científicos, de trabalhos de conclusão de curso, de dissertações, de teses e de livros. O Observatório também colabora para a formação direta de estudantes de iniciação científica, capacitados para a coleta e análise de dados sobre as políticas culturais e de comunicação, sobre gestão e produção executiva do audiovisual, bem como para o entendimento da economia política do audiovisual no Brasil.

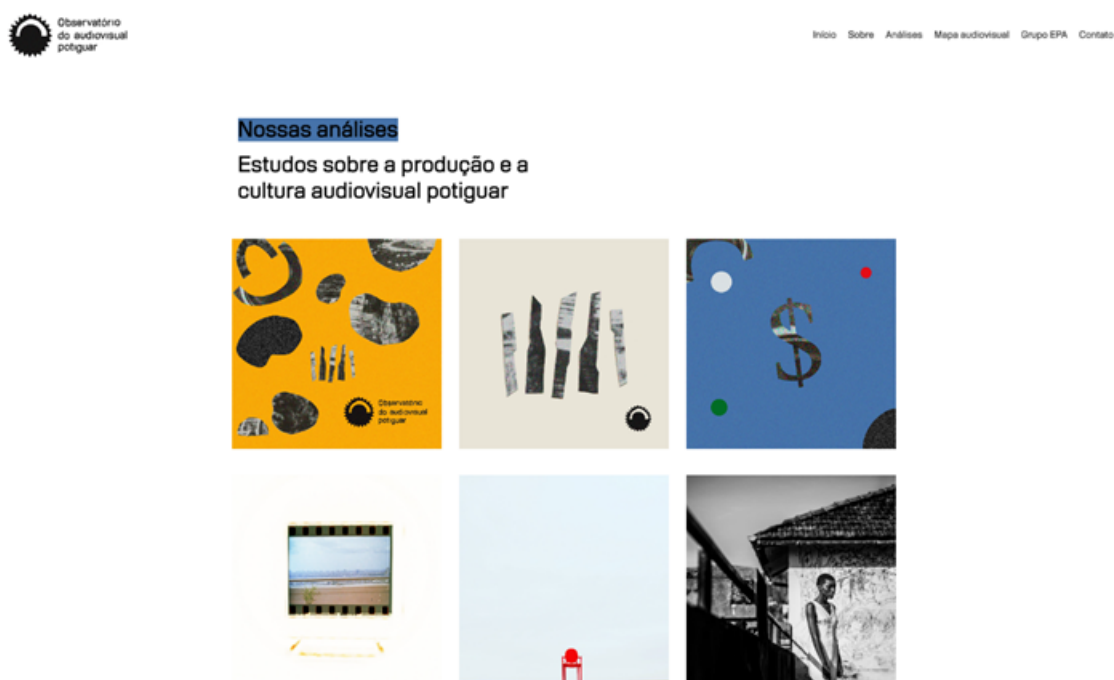


estudos mais recentes; 4) CinePoty – explicação e link para o projeto parceiro desenvolvido pela Cinemateca Potiguar; 5) Mapa do Audiovisual – que explica e linka para a seção; 6) Parceiros – carrossel em que apresentamos os parceiros envolvidos no proposta; 7) Rodapé – com dados para contato e licença Creative Commons.

Como premissa básica do projeto, todas as nossas produções são licenciadas em Creative Commons e não têm fins comerciais. Logo, o objetivo básico de todos os trabalhos é reverberar em produções livres. Por isso, a plataforma escolhida para reunir e abrigar os conteúdos é um site construído em Wordpress.org.

Figura 02 – Seção sobre e acesso ao banco de dados

Fonte: Printscreen do site do projeto. Disponível em: <https://opa.ufrn.br/index.php/sobre/>. Acesso



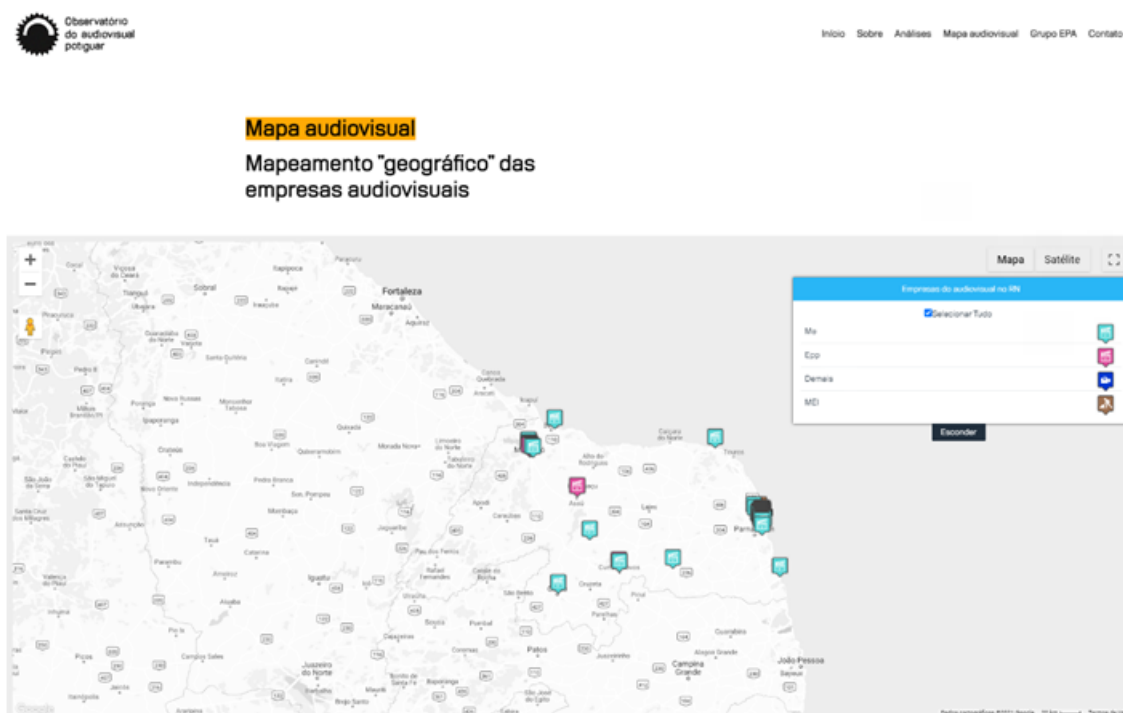
em: 14 mar. 2021.

Esta escolha parte do princípio ideológico em que compreendemos plataformas privadas, como facebook, instagram, wix, por exemplo, como jardins murados. Isto é, tratam-se de experiências de privatização da internet que reduzem a capacidade de alcance, de aprofundamento e de liberdade do usuário. Por isso, na seção “Sobre” (Figura 02), os usuários do site podem acessar, além do expediente da proposta e dos dados adicionais, o projeto completo, a metodologia de coleta de dados, o caderno de códigos e os bancos de dados originais, aspecto que permite aos usuários desenvolver suas próprias análises e pesquisas.

Figura 03 – Aba nossas análises

Fonte: Printscreen do site do projeto. Disponível em: <https://opa.ufrn.br/index.php/analises/>.

Acesso em: 14 mar. 2021.



Já o mapa digital foi elaborado através do Google Api – Maps (Figura 04). Assim, nossa pesquisa concluiu que, segundo as fontes oficiais, ao todo, o estado do Rio Grande do Norte conta com 88 empresas do setor audiovisual cadastradas. A capital concentra 72% das empresas, com 45% do total concentradas em logradouros residenciais, característica que sugere um tipo de estruturação ainda rudimentar do mercado, baseado no autoemprego (APRO; SEBRAE, 2016).

Na figura 04, apresentamos o mapa em que, atualmente, as informações estão divididas em 4 categorias: ME – Microempresa; EPP – Empresas de Pequeno Porte; Demais – Empresas que tem grande porte; e MEI – Microempreendedor Individual. As empresas foram categorizadas por porte.

Figura 04 – Mapa do audiovisual potiguar

Fonte: Printscreen do site do projeto. Disponível em: <https://opa.ufrn.br/index.php/mapa-audiovisual/>. Acesso em: 14 mar. 2021.

Os usuários, ao navegar no mapa, têm acesso aos dados básicos das empresas, uma breve

descrição elaborada pela equipe do grupo de pesquisa, em que são declarados na sua fundação, e os serviços nos quais a empresa tem especialidade. O usuário pode, ainda, acessar as redes de contato de cada empresa; e as empresas, quando desejarem, podem reportar erros à equipe do projeto a qualquer momento.

A difusão destes dados é fundamental para tornar transparentes dados que muitas vezes são exclusivos da esfera privada. Apesar de não ter sido possível acessar o volume exato de arrecadação anual dos empreendimentos analisados, nosso banco de dados permitiu identificar que 80% têm porte de microempresa, o que significa que têm faturamento anual de até R\$ 360 mil; 10% são Empresas de Pequeno Porte, isto é, faturam anualmente entre 360 mil e R\$ 4,8 milhões; e 10% podem ser classificadas como empresas de médio e grande porte. O cruzamento das informações permitiu também identificar características da mercantilização do setor, ainda caracterizado pela baixa especialização.

Observa-se que, em geral, as empresas declaram como atividades econômicas serviços amplos no campo do audiovisual, o que pode indicar um baixo nível de especialização. A partir das atividades econômicas declaradas, identificamos que a maior parte das empresas, 57%, atendem à atividade econômica de produção de filmes para publicidade. A partir dos dados dos Certificado de Produto Brasileiro (CPB) e do Certificado de Registro de Título (CRT) da Ancine, concedidos para as obras nacionais, é possível identificar a preponderância da produção publicitária em todo o território nacional.

Esses dados são relacionais e podem ser agrupados de diferentes formas, de acordo com a preferência e os interesses do usuário. Por isso, atualmente, o projeto vem construindo o Dashboard correspondente que contemplará os eixos estruturação e mercantilização e poderão ser atualizados periodicamente, como os demais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A natureza de dados coletados e sua sistematização e análise têm efeitos significativos no setor. A partir deles, pode-se implicar na criação e na implementação de políticas que se adequem ao perfil do mercado de audiovisual local. Considerando que 80% das empresas do ramo são mi-

⁷ O CPB foi criado em 2004 e é um selo que prova a titularidade da obra audiovisual brasileira. Já o CRT é um documento conclusivo de cadastro em que a obra audiovisual não publicitária e publicitária está habilitada para ser comercializada.

croempreendimentos, por exemplo, pode-se implementar políticas de desenvolvimento econômico e cultural que atendam a experiências com este perfil de empreendimento. Ademais, considerando que são diminutas as iniciativas de organização e de mobilização do setor, a sistematização de dados e de referências pode desempenhar papel significativo para a ampliação de vínculos.

Dessarte, neste artigo, buscamos apresentar os elementos que orientaram a fase de implantação do Observatório do Audiovisual Potiguar, pautado na indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão. O caráter endógeno e superlocal do projeto também demanda esforços coletivos para que os resultados possam servir a outras regiões do país. Para isto, buscamos elaborar metodologias de coleta que possam ser replicadas em cenários geográficos distintos. A criação não é suficiente: precisamos também divulgar estas estratégias para ampliar o alcance do projeto, como buscamos fazer neste artigo.

Nesta fase de implantação, foi possível identificar uma série de desafios para a consolidação da proposta. O primeiro é preservar o caráter pedagógico e os laços que sustentam o projeto; o segundo é alimentar, através da consolidação das ferramentas, os quatro eixos temáticos: espacialização, mercantilização, estruturação e memória, fundamentais para que as premissas teóricas se sustentem. No momento, identificamos como desafios centrais: 1) desenvolver e ampliar os dashboards que contemplem os resultados dos eixos mercantilização e estruturação; 2) consolidar a política editorial do projeto; 3) ampliar o alcance da plataforma entre gestores, realizadores e pesquisadores.

Logo, superar estes desafios é fundamental para promover o reconhecimento do projeto como uma referência na sistematização e na difusão de dados e informações sobre o setor, como ensejamos, e, principalmente, para ampliar a interlocução entre universidade e a sociedade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

ALBORNOZ, Luís; HERSHMANN, Micael. **Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória**. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. Dezembro de 2006.

APRO E SEBRAE. **Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil**. 2016. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09ddeb1b21ee94db5de582a7f813eb4/\\$File/7471.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09ddeb1b21ee94db5de582a7f813eb4/$File/7471.pdf). Acesso em: 14 abr. 2020.

BAHIA, Lia. **Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro**. São Paulo: Itaú cultural: Iluminuras, 2012.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **Economia política e indústrias cul-**

turais. In: A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

COELHO, Diana. **Cartografia do audiovisual no Rio Grande do Norte:** Experiências emergentes da produção e circulação de obras audiovisuais independentes. 2019. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

COELHO, Diana. **Políticas públicas voltadas à produção audiovisual no Rio Grande do Norte:** relato do edital Cine Natal (2013/2014). In: ROCHA, Ruy. CRUZ, Adriano; CRUZ, Dênia. Claquete Potiguar – experiências audiovisuais no Rio Grande do Norte. Natal: Tribo, 2017

CRUZ, Adriano; CRUZ, Dênia; RAMOS, Cida. **Claquete Potiguar II** - Histórias e processos do Audiovisual no Rio Grande do Norte. Porto Alegre: Editora Casa letras, 2020.

CRUZ, Adriano; CRUZ, Dênia; ROCHA, Ruy. **Claquete Potiguar** - Experiências Audiovisuais No Rio Grande do Norte. Natal: Tribo, 2017.

CRUZ, Dênia de Fátima. **Semeando a cultura audiovisual no Rio Grande do Norte:** a experiência das oficinas de vídeos do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura. – 2014. 121 f

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital informação.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

HARVEY, David. **Spaces of global capitalism:** towards a theory of uneven geographical development. London: Verso, 2006

MOSCO, Vincent. **La economía política de la comunicación. Barcelona:** Bosch, 2009.

OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Ancine, 2020. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/>. Acesso em: 29 ago. 2020.

SEMENSATO, Clarissa. **O surgimento dos Observatórios de Cultura e de Políticas Culturais:** Reflexões iniciais para construção de tipologias. Revista Pragmatizes - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura. Ano 5, número 8, semestral, out/2014 a mar/ 2015

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil.** São Paulo: Editora Unesp, 2015.