



Observatório  
do audiovisual  
potiguar

# Observatório do audiovisual potiguar

Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Pró-Reitoria de Pesquisa  
Centro de Ciências Humanas Letras e Artes  
Departamento de Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social – Audiovisual  
Epa! - Grupo de Pesquisa em Economia  
Política do Audiovisual

JANAINE AIRES  
Coordenadora

ALEXSANDRO RODRIGUES  
CARLA DANTAS  
EDUARDO FERNANDES  
IGOR RIBEIRO  
JULIANA ALMEIDA  
REBECA SOUZA

Equipe de Iniciação Científica e Extensão  
do Observatório do Audiovisual Potiguar

DÊNIA CRUZ  
DIANA COELHO  
LUANA SIMPLÍCIO  
Colaboradoras

SEBRAE/RJ  
CARLOS SEGUNDO  
Consultoria

SETOR DE INFORMAÇÃO E REFERÊNCIA  
– BSE/CCHLA/UFRN  
Ficha Catalográfica

RIMA - ESTÚDIO DE CRIAÇÃO  
Identidade Visual

OUTSIDERS  
Desenvolvedoras

## Apoio

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA – UFRN  
Edital nº 05/2020 – Edital de Iniciação  
Científica e Tecnológica da UFRN  
Edital nº 01/2019 – Edital de Bolsas de  
Iniciação Científica e Tecnológica da  
UFRN

#AquitemPropesqUFRN #AquitemCNPq  
#AquitemMCTIC @UFRN @CNPq @MCTIC

## Parcerias

ALINE LUCENA  
Amaru – Observatório Latino Americano  
de Comunicação, Mídia e Direitos  
Humanos/ UFRN

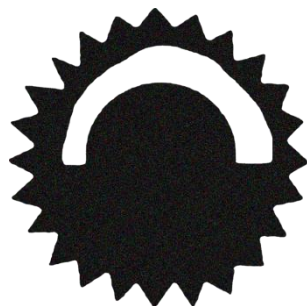
MARCELA COSTA  
OBTEP - Observatório de Tendências  
Publicitárias/UFRN

MARY LAND BRITO  
PAULO MUNIZ  
PRISCILLA FONTENELE  
RAFAELA BERNADAZZI  
VANESSA TRIGUEIRO  
Cinemateca Potiguar/IFRN

LIVIA CIRNE  
CONNAU – Grupo de Estudos em  
Convergência e Narrativas  
Audiovisuais/UFRN

SUZY DOS SANTOS  
Grupo de Pesquisa em Políticas e  
Economia da Informação e da  
Comunicação – PEIC/UFRJ

VIRGÍNIA DE OLIVEIRA SILVA  
Projeto Cinestésico – Cinema e Educação  
– Departamento de Habilitações  
Pedagógicas/UFPB



**Observatório  
do audiovisual  
potiguar**



Texto  
Janaine Aires

Catálogo da Publicação na Fonte.  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.  
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA)

Observatório do audiovisual potiguar / coordenadora: Janaine Sibelle Freires Aires – Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2020.  
33 p. :il. color.

1. Observatório. 2. Audiovisual potiguar. 3. Políticas públicas. 4. Arranjo produtivo. 5. Mercado. I. Aires, Janaine Sibelle Freires. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BSE-CCHLA

CDU 659.3

Elaborado por Heverton Thiago Luiz da Silva CRB 15/710

[www.economiapoliticoaudiovisual.wordpress.com](http://www.economiapoliticoaudiovisual.wordpress.com)  
[www.opa.ufrn.br](http://www.opa.ufrn.br)



Este trabalho está licenciado sob uma Licença *Creative Commons* Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.



# Sumário



Resumo.....	6
Objetivos Gerais.....	7
Justificativa.....	8
Fundamentação Teórica.....	12
Metodologia.....	16
Como nos comunicaremos?.....	17
Como vamos alcançar cada objetivo?.....	18
Mapa do Mercado Audiovisual do Rio Grande do Norte: uma descrição metodológica.....	22
CinePoty: parceria para a catalogação da produção audiovisual potiguar.....	23
Resultados esperados.....	29
Cronograma.....	30
Referências.....	31

# Resumo

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

Desenvolvido pelo EPAI, o Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual tem como propósito fornecer ao setor e à sociedade ferramentas analíticas que auxiliem o desenvolvimento econômico, social e humano da região a partir da análise de sua produção audiovisual.

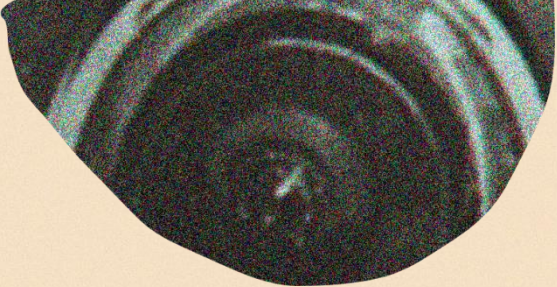
A iniciativa articula os três eixos indissociáveis da universidade: o ensino, a pesquisa e a extensão. E se comunica com seu público através de uma plataforma interativa que reúne os resultados da pesquisa "Mercado Audiovisual do Rio Grande do Norte" desenvolvida entre agosto de 2019 a junho de 2020 e renovada de agosto de 2020 a junho de 2021.

Estes resultados foram organizados em ferramentas que estão reunidas em um portal aberto estruturado em três seções, a saber: 1) *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; 2) *CinePoty* que é uma plataforma colaborativa criada pela Cinemateca Potiguar/IFRN que reúne dados sobre as produções audiovisuais potiguares com o intuito de catalogar, difundir e preservar a memória audiovisual; e 3) *Mapa*, ferramenta interativa, onde é possível consultar dados sobre as empresas produtoras do audiovisual no Rio Grande do Norte.

Essas ferramentas auxiliam realizadorxs, gestorxs, pesquisadorxs e espectadorxs do audiovisual fornecendo dados e análises atualizadas. Isto é, subsídios qualificados para a fundamentação de novos projetos audiovisuais, para a formulação de políticas públicas, para o desenvolvimento de novas pesquisas e também para difundir a memória e a cultura audiovisual potiguar. Assim, o Observatório prestará um serviço à sociedade ao promover diretamente o fortalecimento da cadeia produtiva e da cultura audiovisual a partir da difusão do conhecimento, da ciência e da memória da produção audiovisual do Rio Grande do Norte.

## **Palavras-chaves:**

Observatório; Audiovisual Potiguar; Políticas Públicas; Arranjo Produtivo; Mercado.



## Objetivos Gerais

- 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.



## Justificativa

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 (Harvey, 2006) do arranjo produtivo do audiovisual norte-riograndense.

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), na qual o Observatório em epígrafe se inspira.

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 acabam desconhecidos no processo de formulação de políticas públicas setoriais.

É fundamental citar iniciativas de pesquisa recentes que vem alterando significativamente este quadro a partir da promoção da sistematização de informações sobre o campo, a exemplo da obra de Dênia Cruz (2014)



que dissertou 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; a obra de Diana Coelho (2019; 2017) que desenvolveu pesquisa que elaborou uma cartografia do setor. O trabalho da Cinemateca Potiguar, coordenado por Mary Land Brito, Vanessa Trigueiro, Rafaela Bernadazzi, Paulo Muniz e Priscilla Fontenele do IFRN, que desde 2014, mantem um acervo físico das obras audiovisuais do estado com atividades diárias de difusão, de pesquisa e de formação de público. E as iniciativas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, a partir da criação do Curso de Comunicação Social – Audiovisual em 2017, o que estimulou o desenvolvimento de pesquisas sobre o campo publicadas nas obras denominadas "Claquete Potiguar" organizadas por Adriano Cruz, Dênia Sckaff, Maria Aparecida Ramos e Ruy Rocha (2020; 2017), desenvolvidas 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.

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.

Destacam-se, no entanto, observatórios que também atuam na região. A exemplo do Amaru – o Observatório Latino-Americano de Comunicação, Mídias e Direitos Humanos, coordenado por Aline Lucena. E o OBTEP, o

Observatório de Tendências Publicitárias, coordenado por Marcela Costa, ambas iniciativas da UFRN. O primeiro pode ser classificado como um observatório fiscal que promove o monitoramento de violações de direitos humanos através de meios de comunicação. Já o segundo se organiza como um grupo de pesquisa. Os projetos são parceiros estratégicos do Observatório do Audiovisual Potiguar cujo propósito é promover e difundir o levantamento, a sistematização, a catalogação e a análise de informações para o desenvolvimento do setor rompendo com o caráter de concentração na capital e de intermitência.

O acolhimento da iniciativa em uma entidade pública como 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 setor econômico e simbólico do audiovisual.

Assim, a iniciativa tem planejamento de longo prazo que se consolidará através de sua atualização periódica, aprimoramento metodológico e da formação de público. 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.

O Observatório do Audiovisual Potiguar beneficiará diretamente o processo de ensino-aprendizagem de discentes vinculados ao projeto. A característica da iniciativa promove a importância da pesquisa no ensino superior e concomitantemente a sua necessidade de comunicação com a sociedade e o setor para o qual a universidade forma mão de obra e produz conhecimento.

Os estudantes vinculados aprimorarão 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 também 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.

Ao retratarmos o mercado no qual o egresso no curso de Comunicação Social - Audiovisual da Universidade Federal do Rio Grande do Norte vai atuar será possível identificar necessidades de investigação e de formação profissional orgânicas, fortalecendo as relações entre academia, sociedade e mercado.

Ademais a pesquisa 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. Assim, o Observatório do Audiovisual Potiguar também auxiliará docentes dos cursos vinculados à área, uma vez que seus resultados e análises podem ser incorporados às estratégias didático-pedagógicas. Bem como, fornecerá subsídios confiáveis para o desenvolvimento de pesquisas do campo.

**observatório  
do audiovisual  
potiguar**

# Fundamentação Teórica



O Observatório do Audiovisual Potiguar filia-se teoricamente a área da Economia Política da Comunicação<sup>1</sup>, corrente teórica 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).

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. Para tanto, é fundamental articular ao debate sobre as indústrias culturais o conceito de espacialidade conforme proposto por David Harvey (2006) - que nos permite identificar as relações materiais, os espaços de representação e a representação dos espaços que circunscrevem a produção audiovisual.

É apropriado também o conceito de padrão-tecnoestético (Bolaño e Brittos, 2007), que coordena os determinantes culturais e simbólicos dos mercados culturais, cuja contribuição nos auxilia a compreender o audiovisual a partir de critérios de posicionamento de mercado, das políticas públicas, das relações estéticas e das demandas sociais.

Como característica central do caso brasileiro e ainda mais potiguar, identifica-se a preponderância do Estado como mecenas da produção audiovisual desde seu processo de implantação (Simis, 2015; Bahia, 2012). Tal característica implica em um cenário bastante complexo e marcado por significativa sazonalidade.

---

<sup>1</sup> No 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.


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. Adequadas à realidade da indústria cultural americana (Adorno, 2009) e quem sabe até a europeia, mas inúteis para os arranjos tupiniquins.

Presentes em todo o mundo, os observatórios têm modelos de organização e de atuação muito diversos e por vezes híbridos. Luís Albornoz e Micael Herschmann (2006) destacam que a grande variedade de origens, estruturas, temáticas tratadas, objetivos programáticos, metodologias utilizadas, âmbitos de atuação e grau de evolução afetam diretamente o modelo de cada organismo.

Especialmente aqueles que se dedicam a questões sociais, identifica-se que estes organismos incorporam como funções: a) recopilação e elaboração de bases de dados; b) metodologias para codificar, classificar e categorizar informações; c) conexão entre pessoas e organizações que trabalham em áreas similares; d) aplicações específicas de novas ferramentas técnicas; e) análise de tendências/publicações. (Albornoz e Herschmann, 2006, p. 2). Para os autores, ao menos entre os observatórios da informação, comunicação e cultura, é possível observar dois tipos gerais: os observatórios fiscais e os observatórios *Think Tank*.

À primeira categoria estão vinculadas as iniciativas que defendem a cidadania e a democracia participativa através do monitoramento dos meios de comunicação, confluindo especialmente jornalistas, pesquisadores e usuários dos meios de comunicação. Já à segunda categoria estão vinculados organismos, em geral do poder público, que colaboram para a formulação de políticas públicas.

Segundo Clarissa Semensato (2015), o trabalho deste tipo de observatório se diferenciaria de observatórios fiscais, pois não busca somente traçar apontamentos críticos, mas elaborar orientações para o



setor, articulando pesquisas, diagnósticos, indicadores e avaliações com a elaboração de políticas públicas. Logo, não necessariamente abdicando do papel crítico que caracteriza o primeiro tipo, mas buscando orientar e elaborar ideias baseadas no interesse coletivo.

O termo "Think Tank" do inglês, não tem tradução, mas indicaria justamente um "laboratório de ideias" e está em uso desde os anos 1950, designando organizações que aglutinam pesquisadores de diferentes campos do conhecimento. Luís Albornoz e Micael Herschmann (2006) enfatizam que mecanismos com este perfil são em geral financiados com recursos públicos e se constituem como espécies de "mesas de diálogo" sustentadas por diversos agentes sociais, acadêmicos, estatais, produtivos e culturais.

Há, no entanto, uma série de controvérsias que marcam o contexto mais recente de aplicação deste termo em virtude de sua captura por grupos de extrema-direita não observados nos trabalhos citados anteriormente. O financiamento por empresas privadas e organizações sociais de caráter liberal propiciou o surgimento de mecanismos de direita e significativa desarticulação de mecanismos mais progressistas de observação social.


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 as funções citadas pelos autores anteriormente, no que se refere à recopilção 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 também significativas transformações na atitude profissional e no reconhecimento como classe, primordiais em um ambiente marcado pela intermitência e sazonalidade de produções.

# Metodologia



O Observatório do Audiovisual Potiguar nasce como resultado de um projeto de pesquisa. O objetivo desta investigação em sua primeira fase foi identificar, mapear e analisar os modelos de negócio do mercado do estado, com o propósito de traçar apontamentos sobre as relações de poder, de gênero, de remuneração e de especialização predominantes no arranjo produtivo local.

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 auxiliem em seu desenvolvimento econômico, social e humano. Foi assim que a proposta do Observatório do Audiovisual Potiguar foi concretizada.

Isto significa que o Observatório tem uma premissa metodológica básica: se trata de um projeto de extensão com vínculo indissociável com a pesquisa e o ensino.

O 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. A iniciativa poderia se integrar a qualquer uma das linhas de pesquisa citadas, optamos por integrar à linha 2, uma vez que seu intuito é subsidiar o desenvolvimento de novas políticas públicas para o campo. No entanto, a pesquisa da qual o observatório tem origem, o projeto “Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte”, está integrada à linha 1.

É necessário destacar que ao longo do desenvolvimento do projeto Observatório do Audiovisual Potiguar o objetivo é que ele sempre esteja conectado a um projeto de pesquisa base que pode se alterar. Dessa forma, os estudantes envolvidos serão iniciados à pesquisa concomitantemente ao desenvolvimento da extensão. Além disso, suas



atividades são construídas através de parcerias com outras instituições e grupos, trata-se de um trabalho coletivo e horizontal.

Nossos dados estão organizados em quatro eixos: espacialização, estruturação, mercantilização e memória. Cada eixo indicado contará com *dashboard* específico e se originará de banco de dados próprio. Na ocasião de lançamento do site dois eixos serão contemplados inicialmente. O eixo espacialização, com o *dashboard* intitulado "Mapa do Mercado Audiovisual do Rio Grande do Norte", que descreveremos mais detalhadamente a seguir. E o eixo memória que inicialmente será contemplado com o portal CinePoty desenvolvido pelo projeto Cinemateca Potiguar do IFRN do qual somos parceiros e colaboradores diretos a partir da transferência de dados de nosso catálogo digital da produção audiovisual potiguar. À medida que avançarmos nas pesquisas, nosso objetivo é atualizar os *dashboards* existentes e ampliar contemplando todos os eixos.

### Como nos comunicaremos?

Uma segunda premissa básica do projeto é que nossas produções são licenciadas em *Creative Commons* e não tem 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*. Esta escolha parte de um princípio ideológico em que compreendemos plataformas privadas como *facebook*, *instagram*, *wix*, por exemplo, como *Jardins Murados*.

Tratam-se de experiências de privatização da internet que reduzem a capacidade de alcance, de aprofundamento e de liberdade do usuário. O uso destes espaços por nosso projeto será meramente tático. Entendemos que estas plataformas podem ser usadas apenas como secundárias para prospecção de público. Para o desenvolvimento desta prospecção aplicaremos uma estratégia articulada de assessoria de comunicação que se responsabilizará pela adaptação do conteúdo e

para alcançar o nosso público através de variados meios de comunicação.

### Como vamos alcançar cada objetivo?

Para uma melhor organização metodológica, buscamos descrever a seguir as estratégias adotadas para alcançar cada objetivo elencado neste projeto, uma vez que os objetivos estão correlacionados.

#### Objetivos 01, 02 e 06

Trabalharemos os objetivos 01, 02 e 06 concomitantemente. O primeiro visa "acompanhar as atividades e os atores dos diferentes eixos da cadeia de produção do audiovisual – produção, programação e distribuição - no Rio Grande do Norte". Isto será possível, pois este acompanhamento parte dos dados levantados na pesquisa que origina o projeto.

Nesta investigação, concluiu-se que atualmente 88 empresas formam a cadeia produtiva no estado. Conforme destacamos estes dados ainda não absorvem as experiências independentes. A manutenção, a atualização e a ampliação de nosso banco de dados é a estratégia que contemplará os três objetivos citados. Este banco, atualmente, reúne as seguintes informações (Quadro 01), coletadas de fontes primárias oficiais: ANCINE e Receita Federal.

**Quadro 01 – Elementos do Banco de Dados Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte**

<b>Elemento</b>	<b>Descrição</b>
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	

Fonte: Elaboração própria.

Como demonstramos no Quadro 01, as empresas estão identificadas e localizadas geográfica e digitalmente. Através deste levantamento, conhecemos como as empresas são classificadas pelas fontes oficiais, dados de porte, de sociedade e de fundação, nos fornecem um panorama geral. O "mapeamento" de suas redes de contato e de divulgação nos permitiu construir o segundo banco de dados que denominamos como "Catalogação da Produção Audiovisual Potiguar", através de suas redes sociais e sites, levantamos 100 títulos que formam o nosso banco inicial encaminhado ao projeto CinePoty, que vamos descrever mais adiante.

Por isso, este acompanhamento está correlacionado a mais dois objetivos: "sistematizar e difundir dados sobre as empresas, as entidades e os trabalhadores do setor audiovisual do estado" e "Manter *dashboards* digitais com dados do setor atualizados trimestralmente".

Em virtude da pandemia de covid-19, não foi possível visitar cada uma das 88 empresas, conforme previa nosso planejamento inicial. Este trabalho de campo permitirá cruzar mais informações e checar os dados. Este passo, apesar de primordial, não impede que os dados até agora coletados sejam expostos. Por serem dados oficiais, mesmo que possam apresentar incongruências, seu conhecimento público é importante:

interessa reconhecer que os dados públicos indicados pela agência de fiscalização e fomento podem estar incompletos e/ou incorretos.

Não pretendemos publicizar dados que possam expor pessoas ou empresas a riscos como dados sobre capital social, por exemplo. Por isso, parte das informações seguirá em domínio do grupo de pesquisa apenas para fins de análise. No que se refere a empresas públicas e/ou empresas concessionárias de serviços de radiodifusão buscaremos indicar vínculos políticos e/ou religiosos de seus quadros de propriedade, por serem de interesse público e por esta transparência ser fundamental para o entendimento dos desafios de nossa democracia.

### Objetivos 03, 04 e 07

Os objetivos 03, 04 e 07 se referem a "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", "Elaborar análises sobre as dinâmicas do arranjo produtivo local" e "Desenvolver e aplicar política editorial que fomente a publicação de conteúdo específico sobre a cultura audiovisual regional".

Estes objetivos serão contemplados através da produção periódica de artigos, notas técnicas, resenhas de filmes e relatórios por nossos estudantes de iniciação científica e extensionistas, com orientação da coordenação, colaboradores externos, docentes e realizadores convidados. Esta produção será disponibilizada no site e serão criadas estratégias de difusão por nossa assessoria de comunicação.

No que se refere à política editorial, nossa proposta é, em longo prazo, promover ações que viabilizem a publicação de livros com instrumentos importantes para o aprimoramento do setor, preservação da memória e desenvolvimento do protagonismo. Como coleções de roteiros de

produtos audiovisuais locais; planos de direção; perfis de profissionais; resultados inéditos de nossas pesquisas e etc.

#### Objetivo 05

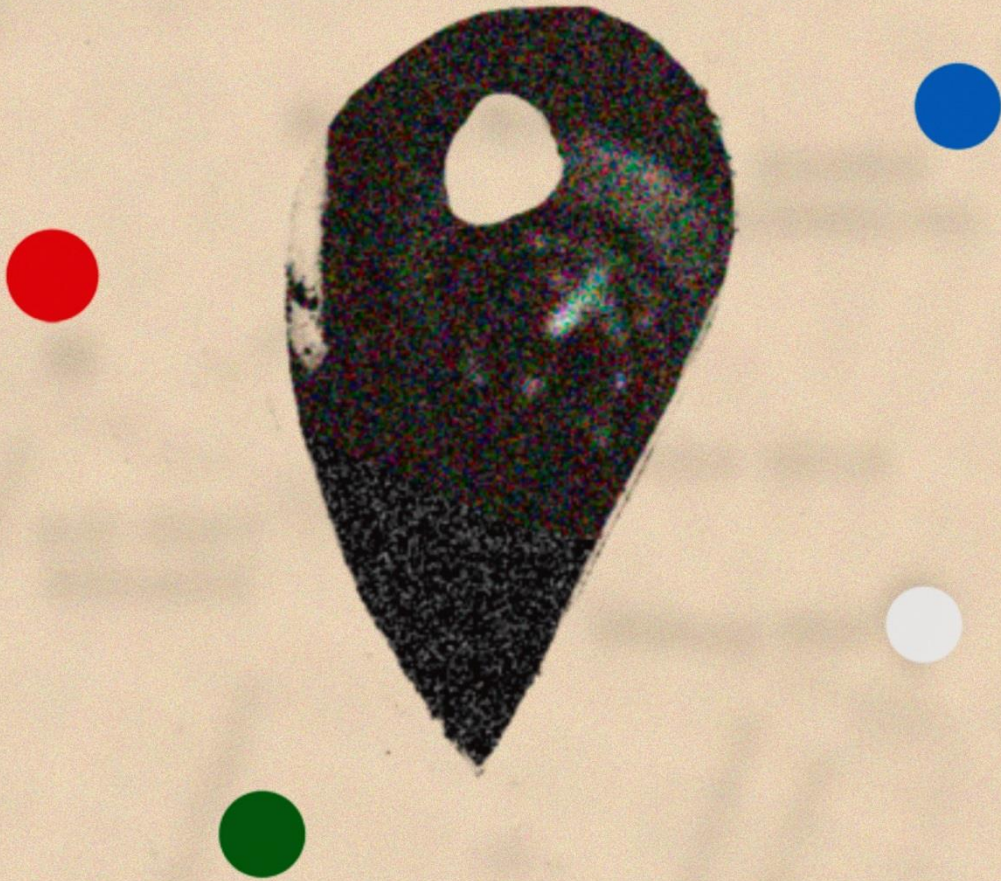
Este objetivo será contemplado com a ampliação do banco de dados sobre as produções locais e a parceria com o projeto CinePoty (Cinemateca Potiguar/UFRN), e também com o desenvolvimento periódico de *clippings*, levantamento de matérias e de conteúdo veiculado sobre o audiovisual local. Este levantamento é importante para o desenvolvimento da pesquisa e será compartilhado em nosso site.

Ademais pretendemos agregar à nossa política editorial, séries específicas que reúnam entrevistas e perfis sobre a história do audiovisual no Rio Grande do Norte.

#### Objetivo 08

Já o objetivo 08, que consiste no fomento da 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, será contemplado através de uma aposta atitudinal de estimular que o nosso conteúdo alcance gestores e diferentes nichos sociais para além dos que já estão contemplados em nossos levantamentos. Entendemos que assim ampliamos não somente o nosso próprio alcance, de nossa instituição e de parceiros, mas sim de todo o setor.





**Mapa do Mercado Audiovisual  
do Rio Grande do Norte:  
uma descrição metodológica**



Observatório  
do audiovisual  
potiguar

A espacialização é fundamental para o reconhecimento da dinâmica de um setor econômico. Através dela é possível reconhecer os graus de concentração e também seu nível de especialização. Nosso mapeamento é o pontapé inicial para o desenvolvimento deste levantamento espacial que pretende resultar em uma série de análises específica.

Esta metodologia pode ser aplicada a qualquer estado brasileiro. Por isso, vamos descrever cada passo para que os nossos usuários possam reconhecer os mecanismos adotados e também para que outros pesquisadores interessados possam aplicar métodos similares para a análise de outros estados.

A ferramenta, conforme já destacamos, foi construída através do levantamento de dados cruzando duas bases mantidas por dois órgãos oficiais. 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.

No primeiro sistema extraímos os dados gerais 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, o registro ANCINE de cada uma.

O passo seguinte foi organizar estas informações em uma tabela que originou nosso banco de dados. Com os dados extraídos e minerados oriundos do Sistema Ancine Digital seguimos para o cruzamento das informações com os dados da receita federal. Através 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. As informações foram compiladas no banco de dados e revisadas pelos membros do projeto.

Na sequência, coletou-se a geolocalização de cada uma das empresas através do reconhecimento da latitude e da longitude indicada. Reunidas essas informações, o banco de dados foi repassado para uma equipe de desenvolvedoras que criou o mapa em sua versão digital através do *Google Api – Maps*.

As empresas foram categorizadas por porte. Os usuários, ao navegar no mapa, têm acesso a dados básicos das empresas, uma breve descrição elaborada pela equipe do grupo de pesquisa em que são declaradas sua fundação e os serviços em que a empresa tem especialidade. O usuário pode também acessar as redes de contato de cada empresa. E as empresas, quando desejarem, podem reportar erros à equipe do projeto a qualquer momento.

O mapa pode ser revisto e ampliado pela equipe do projeto. Essa tarefa será desenvolvida a cada seis meses. Nossa próxima etapa será ampliar a espacialização das empresas concessionárias de radiodifusão em todo o estado. Como este levantamento depende de outros sistemas de consulta atualmente indisponíveis, já que foram retirados do ar pelo Governo de Michel Temer em 2018, aprimoraremos nossas estratégias de coleta para que nas atualizações seguintes também seja possível conhecer o mapa da radiodifusão do Rio Grande do Norte com metodologia e espaços próprios.

BOM PASTOR

**MAPA DO MERCADO  
AUDIOVISUAL DO  
RIO DE GRANDE  
DO NORTE**

DIX-SEPT  
ROSADO

LAGOA SECA

NOSSA SRA.  
DE NAZARÉ





LINK  
POTTY

## Parceria para a catalogação da produção audiovisual potiguar

A memória audiovisual precisa ser acessível e permanentemente cultivada. O CinePoty é um catálogo digital das produções audiovisuais do estado que pretende contribuir com esse processo. A plataforma colaborativa é iniciativa da Cinemateca Potiguar, da qual o Observatório do Audiovisual Potiguar é um parceiro. Esta parceria é fundamental para que sejam estreitados os vínculos entre as instituições e para possamos somar forças no sentido de consolidar a memória audiovisual local.

A plataforma é preenchida colaborativamente pelos realizadorxs das obras audiovisuais locais e também recebe e classifica informações sobre os profissionais do estado. Tanto o portal do Observatório do Audiovisual Potiguar quanto o CinePoty estarão linkados, mas se tratam de plataformas independentes.

O Observatório do Audiovisual Potiguar desenvolveu parte do banco de dados, formado por cerca de 100 filmes, que integrariam o portal do projeto. Em reunião com a Cinemateca Potiguar, descobrimos que projeto similar já estava em execução. A decisão então foi somar os esforços. Por isso, mantivemos a catalogação própria como nossa base de dados para o desenvolvimento de análises e pesquisas. E nos articulamos ao CinePoty para a publicação de sua plataforma que segue uma metodologia própria definida pela Cinemateca Potiguar que coleta também dados dos bastidores das produções.

A metodologia que descrevemos aqui se refere ao catálogo de filmes que formam o banco de dados do Observatório. Buscamos organizar os filmes em uma linha do tempo e subdividimos as obras entre os membros. Cada membro da equipe ficou responsável por um conjunto de décadas. Os filmes disponíveis na internet foram assistidos e o estudante responsável pela década fez o preenchimento dos dados de cada obra a

partir, no caso das obras acessíveis, dos créditos registrados. E no caso de filmes inacessíveis a partir de dados disponíveis na internet disponibilizados pelos realizadores e/ou festivais. No quadro 02, explicamos os elementos coletados e seus respectivos procedimentos de coleta.

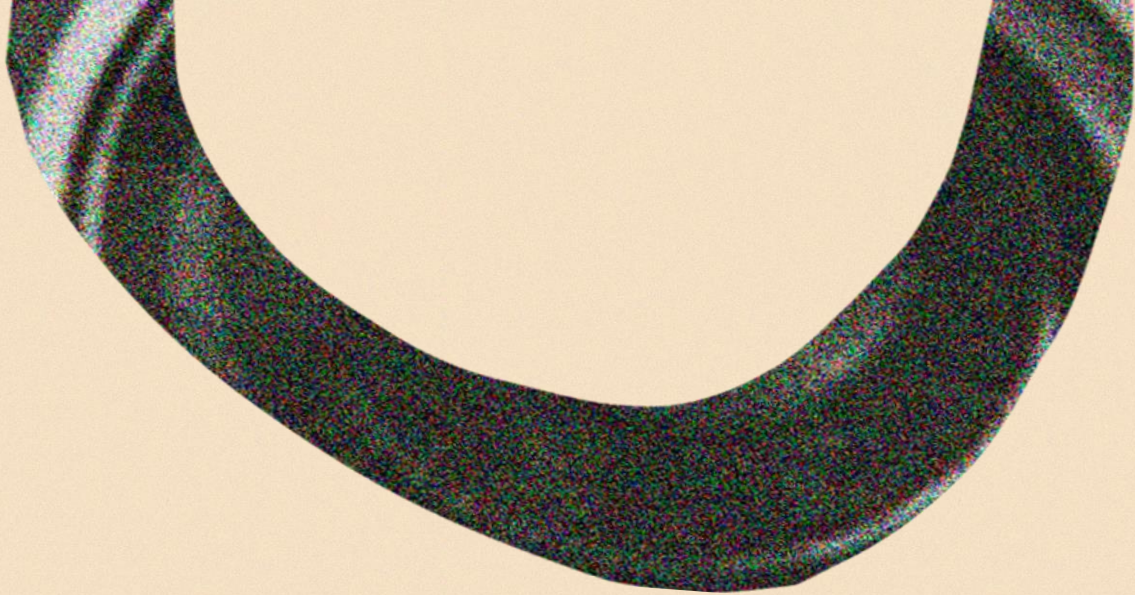
**Quadro 02 – Informações coletadas para o banco de dados do Catálogo da Produção Audiovisual Potiguar**

<b>ELEMENTO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>PROCEDIMENTO</b>
<b>ID</b>	Número de identificação da obra no banco de dados do projeto	Definido internamente cronologicamente à inserção da obra no banco de dados
<b>ANO</b>	Ano de lançamento da obra No caso de séries, ano de lançamento da primeira temporada ou episódio	Identificação através de pesquisa na internet ou informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>TÍTULO</b>	Título do produto audiovisual divulgado pelos realizadores	Identificação através de pesquisa na internet ou informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>CPB</b>	Código de Produto Brasileiro	Pesquisa no Sistema Ancine Digital ou informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>DIREÇÃO</b>	Nome do diretor geral da obra	Pesquisa no Sistema Ancine Digital ou informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>FORMATO</b>		Informação fornecida pelos realizadores ou definida pelos pesquisadores
<b>EPISÓDIOS</b>	Aplicável apenas para as obras seriadas e definido a partir da quantidade de episódios da soma das temporadas lançadas	Informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>TEMPO</b>	Tempo total do filme ou tempo médio dos episódios	Pesquisa no Sistema Ancine Digital ou informação com realizadores responsáveis pela obra
<b>TIPO</b>		Informação fornecida pelos realizadores ou definida pelos pesquisadores
<b>FICHA TÉCNICA</b>	Lista dos profissionais e suas respectivas funções	Informação fornecida pelos realizadores ou coletada ao assistir as obras
<b>SINOPSE</b>	Parágrafo sobre a obra	Informação fornecida pelos realizadores
<b>PRODUTORA</b>	Empresa responsável para produção	Informação fornecida pelos realizadores
<b>FESTIVAIS</b>	Lista cronológica de festivais que a	Informação fornecida pelos

	obra participou	realizadores ou Coletada manualmente através da internet
<b>PRÊMIOS</b>	Lista cronológica dos prêmios recebidos pela obra	Informação fornecida pelos realizadores ou coletada manualmente através da internet
<b>CARTAZ</b>	Arquivo em .png ou .jpeg de divulgação da obra	Arquivos fornecidos pelos realizadores ou coletados manualmente através da internet
<b>LINK</b>	Link do trailer ou link da obra disponibilizada em plataformas de streaming	Informação fornecida pelos realizadores ou Coletada manualmente através da internet

Fonte: Elaboração própria.

A partir destes dados pretendemos além de catalogar a memória audiovisual local, desenvolver análises comparativas, sincrônicas, assíncronas.



## Resultados esperados

- a) Reconhecimento do Observatório do Audiovisual Potiguar como referência na sistematização e na difusão de dados e informações sobre o setor;
- b) Ampliação da interlocução entre a universidade e a sociedade;
- c) Publicação dos resultados em relatórios de pesquisa, artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações, teses e livros;
- d) Desenvolvimento de cursos, seminários e palestras com os resultados do projeto;
- e) Formação de pesquisadores capacitados para a coleta e análise de dados, para a gestão pública e privada no setor e produção executiva de projetos audiovisuais;
- f) Articulação de projetos e de pesquisadores para o aprimoramento da cadeia produtiva do audiovisual no Rio Grande do Norte.

# Cronograma

Nosso projeto tem longo prazo. No entanto, destrinchamos apenas os dois primeiros anos, conforme demonstramos a seguir.

Planejamento				
2020.5	1	Em desenvolvimento	Finalização da primeira fase da pesquisa que inaugura o Observatório do Audiovisual Potiguar	
			Revisão do banco de dados	
			Desenvolvimento do site	
2020.6		Em desenvolvimento	Lançamento do Site	
			Ajustes gerais em sua estrutura	
			Ampliação da Catalogação das obras	
2020.2		01, 02, 03, 04, 05	Em desenvolvimento	Desenvolvimento de ações de formação de público
				Continuidade no desenvolvimento de ações de formação de público
			Em desenvolvimento	Desenvolvimento da pesquisa de campo
				Publicação da primeira atualização dos dados
				Publicação do primeiro Caderno Especial de Análises
				Desenvolvimento de Seminário para apresentação dos resultados
2021.1	2	Em desenvolvimento	Finalização da segunda fase do projeto de Pesquisa "Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte";	
			Formação da nova equipe de extensionistas e estudantes de iniciação científica	
2021.2		Em desenvolvimento	Publicação da segunda atualização dos dados	
			Publicação do segundo Caderno Especial de Análises	
			Avaliação geral e planejamento dos anos seguintes	

**OBSERVATÓRIO**

**observatório**

**AUDIOVISUAL**

**potiguar**

**audiovisual**

**potiguar**



## 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.
- ANCINE. **Emprego no setor audiovisual – Estudo anual 2017 (ano base 2015)**. Rio de Janeiro: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2017. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/emprego\\_no\\_setor\\_audiovisual.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/emprego_no_setor_audiovisual.pdf) Acessado em 14 de mar de 2019
- 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 culturais**. 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 economia política de la comunicación.* Barcelona: Bosch, 2009.  
OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Ancine, 2020. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/>. Acessado em 29 de agosto de 2020.

SANTOS, Suzy dos. **Convergência Divergente: a tv aberta na contramão global.** João Pessoa: Editora Xeroxa, 2015.

SEMENSATO, Clarissa. **O surgimento dos Observatórios de Cultura e de Políticas Culturais: Reflexões iniciais para construção de tipologias.** In: 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.



# Observatório do audiovisual potiguar



Observatório  
do audiovisual  
potiguar