

Dênia de Fátima Cruz Sckaff

**Semeando a cultura audiovisual no
Rio Grande do Norte:**
a experiência das oficinas de vídeo do Coletivo
Caminhos, Comunicação & Cultura.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia
Natal, 2014

Dênia de Fátima Cruz Scaff

Semeando a cultura audiovisual no

Rio Grande do Norte:

a experiência das oficinas de vídeo do Coletivo
Caminhos, Comunicação & Cultura.

Dissertação apresentada em cumprimento às exigências do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia - Práticas Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Professor Doutor Sebastião Guilherme Albano da Costa.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia

Natal, 2014

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

Scaff, Dênia de Fátima Cruz.

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

Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, Natal, 2014.

Orientador: Prof. Dr. Sebastião Guilherme Albano da Costa

1. Produção audiovisual. 2.Oficina de vídeo. 3.Práticas audiovisuais. 4.Comunicação. 5.Cultura. I. Costa, Sebastião Guilherme Albano da. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BSE-CCHLA

FOLHA DE APROVAÇÃO

A dissertação de mestrado sob o título “ **Semeando a cultura audiovisual no Rio Grande do Norte: a experiência das oficinas de vídeo do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura**”, elaborada por Dênia de Fátima Cruz Scaff foi defendida e aprovada em 06 de junho de 2014, perante a banca examinadora composta por: Prof. Dra. Maria Angela Pavan (UFRN- Membro titular interno); Prof. Dra. Maria das Graças Pinto Coelho (UFRN - Presidente da banca) e Prof.Dr. Renato Levi Paim (USP – Membro externo).

Assinatura do orientador: _____

Nome do orientador: Prof. Dr. Sebastião Guilherme Albano da Costa

Data: Natal, 06 de junho de 2014.

Visto do Coordenador do Programa de Pós-Graduação: _____

Área de concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas sociais

AGRADECIMENTOS

Chegado o final de uma trajetória importante é o momento de agradecer a quem direta ou indiretamente colaborou para a conquista que hoje se concretiza, a conclusão do Mestrado em Estudos da Mídia. Os agradecimentos vão:

À minha família, nas pessoas de minha mãe Inês, meu pai José, meus irmãos Denis e Gustavo, e meu esposo Rômulo.

Aos amigos da vida como a querida Sandra Mara, que me auxiliou com sua maturidade acadêmica. Ao prestativo e querido amigo Thiago Brunno, que colaborou na tradução do resumo para o inglês e a admirada professora e amiga Letícia Gambetta, que colaborou na tradução do resumo para o espanhol.

Aos colegas do PPGEM, que se tornaram amigos, em especial ao companheiro William Robson, que contribuiu muito com seus conselhos e dicas. Obrigada a todos pela força, torcida e apoio que me ajudaram na caminhada até aqui.

Ao orientador Prof. Dr Sebastião Guilherme Albano da Costa cujas contribuições foram fundamentais para que eu tivesse condições de chegar aos resultados obtidos.

Aos professores do PPGEM, pelos ensinamentos e pelos investimentos no programa que permitiram avançar em conhecimento, contribuindo para a composição desta investigação.

Aos professores que participaram da banca de qualificação prof^o Renato Levi, prof^a Angela ela Pavan e prof^a Valquíria Kneipp, que contribuíram imensamente com suas observações.

Aos entrevistados na pesquisa, profissionais do audiovisual potiguar, os jovens do município de Venha Ver, participantes da oficina de vídeo e as autoridades da cidade nas pessoas do prefeito, Expedito Salviano, e da Secretária de Educação e Cultura, Euba Nadja, pela contribuição essencial a pesquisa.

[Digite texto]

E aos integrantes do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura (Alexandre Santos, Edileusa Martins, Ana Lucia Gomes, Lady Dayana, Erica Lima, Fernanda Gurgel e Jefferson Rocha), que se disponibilizaram totalmente na construção deste estudo, foram personagens fundamentais no processo da pesquisa.

A todos meu muito obrigada.

[Digite texto]

“ (...) cidadão não é aquele que vive em sociedade: é aquele que a transforma.”

Augusto Boal

[Digite texto]

RESUMO

O audiovisual é um instrumento de comunicação midiática que exerce papel importante para a compreensão cultural, social e política da sociedade. Buscando identificar a contribuição do audiovisual à cultura potiguar, esta pesquisa procura compreender o processo de produção audiovisual no Rio Grande do Norte. Para isso, foi feito um estudo de caso das atividades do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura – CC&C – grupo que realiza ações culturais no interior do estado desde 2006, tendo 76% de suas atividades relacionadas a produção audiovisual, destas, 47% são oficinas de vídeo. Acompanhou-se a oficina de vídeo do projeto Semeando Cultura realizado pelo grupo no município de Venha Ver/RN, em janeiro de 2013, e analisou-se todo o processo do projeto, da idealização até sua realização na prática. Estruturou-se a pesquisa metodologicamente realizando uma análise histórico-descritiva, de método hipotético-dedutivo, por meio da observação participante. Para o desenvolvimento conceitual e teórico abordou-se a Sociabilidade, a Etnografia e o Ativismo midiático. O resultado da investigação revelou que ações de produtores audiovisuais independentes estão promovendo mudanças nas práticas audiovisuais potiguares, contribuindo para o acesso à cultura audiovisual, em regiões onde esses conhecimentos são restritos ou inexistentes, em face às poucas ações de políticas públicas voltadas à cultura. Frente ao cenário constado na pesquisa propõe-se como prognóstico da investigação a criação do Observatório do Audiovisual Potiguar, uma ferramenta comunicacional que se configura como um espaço de informações, reflexões, debates, contatos e divulgação das ações e produções audiovisuais do estado.

Palavras-chave: Produção audiovisual; Oficina de vídeo; Práticas audiovisuais; Comunicação e Cultura.

ABSTRACT

The audiovisual media is an instrument of communication that plays an important role in the cultural, social and political understanding of society. This survey was done intending to identify the contribution of the audiovisual media to the culture in the Rio Grande do Norte and trying to understand the process of producing audiovisual in this state. To reach the aim, a case report was done regard the activities of Caminhos, Comunicação & Cultura – CC&C – a group that conducts cultural activities in the state since 2006 and has 76% of its activities related to audiovisual production, in which 47% of them, are video workshops. The video workshop project "Sowing Culture", held by the group in the city of Venha Ver/RN in January 2013, was observed and analysed from its conception to its realization. The research pursued to reveal how the initiatives of independent producers, such as the CC&C group, can promote the access to audiovisual culture in regions where such knowledge is limited or non-existent, due to the poor state policies related to the culture. Methodologically, the research was structured by performing a historical and descriptive analysis of hypothetical-deductive method through participant observation. For the conceptual and theoretical development, it was addressed the Sociability, Ethnography and media activism. The research proved that the independent audiovisual producers are promoting changes in the RN audiovisual practices. Before the background featured in the research, it is proposed a prognostic from researching to opening the RN Audiovisual Observatory, a communicational tool projected as space of sharing information, thinking, speaking, contacting and promoting the audiovisual productions of the state.

Key-words: Audiovisual production; Video workshop; Audiovisual practice; Communication and Culture.

RESUMEN

El audiovisual es un instrumento de comunicación mediática que ejerce papel importante para la comprensión cultural, social y política de la sociedad. Buscando identificar la contribución del audiovisual con la cultura potiguar se realizó una pesquisa que buscó comprender el proceso de producción audiovisual en Río Grande del Norte. Para eso fue hecho un estudio de caso de las actividades del colectivo Caminos, Comunicación y Cultura CC&C – grupo que realiza acciones culturales en el interior del estado desde 2006 teniendo 76% de sus actividades relacionadas a la producción audiovisual, de estas, 47 % de video. Se acompañó el taller de video del proyecto “Sembrando Cultura” realizado por el grupo en la municipalidad de Venha Ver/RN en enero de 2013, y se analizó todo el proceso del proyecto, desde la idealización hasta su realización en la práctica. El resultado de la investigación reveló que acciones de productores audiovisuales independientes están promoviendo cambios en las prácticas audiovisuales potiguares, y contribuyendo el acceso a la cultura audiovisual en regiones donde esos conocimientos son restringidos o inexistentes, en función de las pocas acciones de políticas públicas volcadas a la cultura. Se estructuró metodológicamente la pesquisa realizando un análisis histórico-descriptivo de método hipotético-deductivo, por medio de la observación de participantes. Para el desarrollo conceptual y teórico se abordó la Sociabilidad, la Etnografía y el Activismo Mediático. Frente al escenario constatado en la pesquisa se propone como acción de la investigación la creación del Observatorio del Audiovisual Potiguar, una herramienta de comunicación que se configura como un espacio de informaciones, reflexiones, debates, contactos y difusión de las acciones y producciones audiovisuales del estado.

Palabras clave: Producción audiovisual; Taller de video; Prácticas audiovisuales; Comunicación y Cultura

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E IMAGENS

ILUSTRAÇÕES:

| | | |
|---------|---|----|
| Fig.1 | Elementos norteadores para cadeia do audiovisual | 32 |
| Fig. 2 | - Página de jornal da época falando sobre o filme Cinejornal | 35 |
| Fig. 3 | Cartaz anunciando a exibição de filme nos cinemas da cidade do Natal | 36 |
| Fig. 4 | - Cartaz de divulgação da película Jesuino Brilhante | 37 |
| Fig. 5 | - Cartaz de divulgação da película Boi de prata | 37 |
| Fig. 6 | – Foto de Jussara Queiroz a primeira cineasta potiguar | 38 |
| Fig. 7 | - Gravação do filme A árvore de Marcação | 39 |
| Fig. 8 | – Foto do filme O voo silenciado do Jucurutu | 39 |
| Fig. 9 | - Foto da primeira formação do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura | 45 |
| Fig. 10 | - Cartaz do documentário Com quantas ave-marias se faz uma santa? | 46 |
| Fig. 11 | Mapa indicativo dos municípios onde o Coletivo realizou ações | 83 |
| Fig.12 | -Diagrama de norteadores do Observatório do Audiovisual Potiguar | 96 |

IMAGENS:

| | | |
|---------|---|-----|
| Foto 1 | Oficinas do Mossoró Audiovisual | .48 |
| Foto 2. | Abertura do projeto com a presença do prefeito Expedito Salviano | 77 |
| Foto.3 | Palestra de abertura do projeto ministrada pelo integrante do Coletivo | 78 |
| Foto.4 | Primeiro dia da oficina de vídeo ministrada pela integrante do Coletivo | 79 |
| Foto.5 | Gravação do depoimento de Dona Cabocla, figura histórica da cidade | 81 |
| Foto. 6 | Último dia de oficina (edição do documentário “Pouca água e muita fé) | 81 |
| Foto.7 | Exibição do documentário “Pouca água e muita fé” na praça da cidade | 82 |

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

QUADROS:

| | | | |
|-----------|--|---|----|
| Quadro 1 | Movimentos na história do cinema | . | 17 |
| Quadro 2 | Métodos e Técnicas aplicadas na pesquisa | . | 29 |
| Quadro 3 | Realizadores audiovisuais do RN | . | 30 |
| Quadro 4 | Depoimentos dos entrevistados para o panorama | . | 33 |
| Quadro 5 | Cadeia do audiovisual potiguar independente | . | 43 |
| Quadro 6 | Projetos desenvolvidos pelo Coletivo CC&C | . | 47 |
| Quadro 7 | Demonstrativo dos IDHs dos municípios assistidos pelo Coletivo | . | 62 |
| Quadro 8 | Tipos de fomentos culturais | . | 67 |
| Quadro 9 | Processo de realização de projeto do Coletivo CC&C | . | 72 |
| Quadro 10 | Principais critérios do edital do Programa BNB de Cultura | . | 73 |
| Quadro 11 | Síntese da metodologia aplicada na pesquisa de campo | . | 79 |
| Quadro 12 | Demonstrativo das práticas audiovisuais | . | 87 |

GRÁFICOS:

| | | | |
|------------|---|---|----|
| Gráfico 1. | - Quantitativo das produções de filmes e vídeos no RN | . | 40 |
|------------|---|---|----|

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| INTRODUÇÃO | 14 |
| OBJETIVOS: | 22 |
| GERAL | 22 |
| ESPECÍFICOS | 22 |
| JUSTIFICATIVA | 23 |
| PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 26 |
| 1. PANORAMA DO AUDIOVISUAL POTIGUAR | 26 |
| 1.1 QUEM FEZ E FAZ O AUDIOVISUAL POTIGUAR | 30 |
| 1.2 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL POTIGUAR EM SEUS ESPAÇOS | 41 |
| 1.3 A EXPERIÊNCIA DO COLETIVO CAMINHOS, COMUNICAÇÃO & CULTURA - CC&C | 45 |
| 2. A CONSTRUÇÃO DA CULTURA AUDIOVISUAL | 51 |
| 2.1 TEORIAS E CONCEITOS EM DIÁLOGOS COM A CULTURA AUDIOVISUAL | 51 |
| 2.1.1 SOCIABILIDADE | 52 |
| 2.1.2 ETNOGRAFIA | 55 |
| 2.1.3 ATIVISMO MIDIÁTICO | 57 |
| 2.2 POR UMA TENTATIVA DE DEMOCRATIZAR A CULTURA AUDIOVISUAL | 59 |
| 2.3 FOMENTOS PARA AS PRODUÇÕES CULTURAIS - EDITAIS E LEIS DE INCENTIVO | 59 |
| 3. PROCESSO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL POTIGUAR | 69 |
| 3.1 COMPREENDENDO O PROCESSO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DO COLETIVO CC&C | 69 |
| 3.2. A EXPERIÊNCIA DA OFICINA DE VÍDEO NO MUNICÍPIO DE VENHA VER/RN | 77 |
| 3.3 DIAGNÓSTICO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DA OFICINA DO COLETIVO CC&C | 83 |
| 4. A PRÁTICA AUDIOVISUAL GERANDO RESULTADOS | 86 |
| 4.1 – AS PRÁTICAS AUDIOVISUAIS INDEPENDENTES NO RIO GRANDE DO NORTE | 86 |
| 4.2 - PROPOSTA PARA UM OBSERVATÓRIO DO AUDIOVISUAL POTIGUAR | 91 |
| 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 98 |
| REFERÊNCIAS | 101 |
| APÊNDICE A | 104 |
| APÊNDICE B | 106 |
| ANEXOS | 108 |

INTRODUÇÃO

Ao final do mestrado produz-se a dissertação, a finalização de uma etapa importante da vida acadêmica e profissional de um indivíduo. Para iniciar este texto, gostaria de revelar um pouco sobre minha trajetória acadêmica e profissional e o que me fez estar aqui.

A escolha de uma profissão não é tarefa fácil, principalmente para os jovens em idade escolar, pois tal decisão irá definir os rumos de toda uma vida. Mas, contrariando a normalidade das dúvidas inerentes ao adolescente, escolhi ser jornalista durante a adolescência. Confesso que fui influenciada pela própria mídia, quando criança assistia ao programa infantil Globinho, apresentado pela jornalista Paula Saldanha, e achava tudo aquilo mágico. Outra influência foi a personagem interpretada pela atriz Lidia Brondi, na novela “Vale Tudo” da TV Globo, uma jornalista de uma revista de moda, que despertou em mim o desejo de também ser jornalista.

Concluí os estudos regulares todos em escola pública. E embora tenha cursado o ensino médio numa escola técnica, não segui a área na qual me formei, pois sempre tive em mente o desejo de ser jornalista. Em 1998 ingressei na UFRN, no curso de Comunicação social - habilitação jornalismo. Cheguei cheia de sonhos, curiosidades e anseios de conhecer o mundo da comunicação. Em 2000, cursando o quarto período fui estagiar em uma produtora de vídeos e descobri o audiovisual, um campo profissional que me despertou muito interesse. A produtora na qual trababei tinha atuação publicitária, mas mesmo assim aquele cenário me atraiu. Começou ali minha relação profissional com o audiovisual. Até então, eu era apenas uma cinéfila, dali em diante comecei a conhecer o universo prático do fazer audiovisual.

Depois da experiência da produtora fui estagiar na TV Universitária, TV pública da UFRN, onde tive a oportunidade de aprender um pouco sobre jornalismo público. Foi lá que realmente me descobri jornalista, e onde se fortaleceu a vontade de trabalhar com audiovisual. Desde então sigo trabalhando em vários projetos relacionados ao audiovisual. Acredito que por meio do audiovisual consegui unir duas paixões: o jornalismo e o cinema. Um cinema mais documental, que comunica de forma social, o praticado pelo documentário. As professoras Pavan e Veloso (2011) no artigo “Identidade, histórias de vida e Memória: um exercício e comunicação audiovisual” definem bem o papel que um comunicador tem que ter no exercício da profissão:

[Digite texto]

Transmitir informação, pesquisar, expressar opiniões sobre o mundo que compartilhamos e colaborar na construção da imagem do outro são ações que demandam esforço e senso de responsabilidade. É fundamental compreender que participamos dessas ações como comunicadores. Trata-se de um ato social, por meio do qual dirigimos nossos pensamentos para a esfera pública. Esta é uma percepção fundamental no momento em que produzimos uma reportagem ou estruturamos um documentário. (PAVAN e VELOSO, 2011, p. 335).

Quando resolvi me enveredar pela pesquisa acadêmica, não poderia escolher outro tema a ser pesquisado que não fosse o audiovisual. Queria trabalhar com um projeto que tivesse caráter sociocultural aplicado à comunidade e ao mesmo tempo dialogasse com o audiovisual. Nada melhor que olhar para meu entorno e descobrir o que acontecia na cultura audiovisual do meu Estado. Em uma breve pesquisa realizada sobre ações relacionadas à produção audiovisual no Rio Grande do Norte, encontrei dois trabalhos que me chamaram atenção: o Projeto Cinema para todos do ITEC - Instituto Técnico de Estudos Cinematográficos e as ações culturais do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura.

Os dois projetos envolvem formação e difusão da produção audiovisual por meio da realização de oficinas e mostras de filmes pelo interior do estado.

No primeiro momento, pensei em realizar um estudo comparativo entre esses dois núcleos de produção audiovisual, contudo, ao iniciar as primeiras investigações, identifiquei divergências na composição estrutural dos projetos. O ITEC é um instituto com propósito de formação técnica estruturado como um ponto de cultura. Já o Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura é um grupo de profissionais que desenvolve ações culturais de forma coletiva, e não possui constituição jurídica. Diante da divergência, optei por descartar a ação comparativa e realizar uma pesquisa com um único objeto de estudo, usando a metodologia do estudo de caso. Foram definidos três critérios como norteadores sociais para a investigação, e a partir deles se escolheu o grupo que seria pesquisado:

- Ação que se constituísse produção independente;
- Promovesse inclusão social e cultural a partir de uma prática;
- Sem vínculo institucional.

O Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura se enquadrou melhor nestes critérios, assim foi escolhido como objeto para o estudo de caso.

[Digite texto]

O grupo realiza ações culturais no interior do estado desde 2006, tendo 76% ¹ de suas atividades relacionadas a produção audiovisual, destas 47% são oficinas de vídeo. Por meio desse estudo de caso, a pesquisa procurou identificar contribuições que produtores culturais independentes promovem nas práticas audiovisuais, buscando compreender o processo de produção audiovisual no Rio Grande do Norte.

Antes de apresentar com mais detalhes os objetivos, justificativa e procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, optou-se por fazer uma breve contextualização histórica do cinema e das relações sociais que permeiam o audiovisual como mídia. O intuito é estabelecer um canal dialógico com o objeto pesquisado.

Cinema: história, imagens e movimentos

O homem sempre buscou mecanismos para contar histórias e fazer-se representar através dos tempos, por meio das artes isso se tornou possível. As artes são vitrines que permitem a exposição e a perpetuação da história humana, seja no teatro, na música, na dança, na escultura, na pintura, na literatura e no cinema.

Intitulado como a sétima arte, o cinema, nasceu no final do século XIX (1895) pelas mãos dos irmãos Lumière (os franceses Auguste e Louis Lumière). Do documentário ao entretenimento, do cinema mudo ao cinema falado, do cinema analógico ao cinema digital, a arte da imagem em movimento rodou o mundo. Com pouco mais de cem anos de existência, o cinema atravessou historicamente três séculos imprimindo estéticas, linguagens e estilos que revelam culturas e ideologias.

Catelli (2003) observa na concepção de John Grierson, importante documentarista e pioneiro no uso desse tipo de gênero, que o filme documentário (primeiro gênero de representação do cinema) é uma proposta educacional para trazer ao cidadão o mundo. Grierson considerava o filme uma técnica de observação do mundo cotidiano atual, que pode fornecer às pessoas uma compreensão rápida do conjunto de forças que movimenta a sociedade moderna. Ele acreditava que o cinema pode ter uma missão social e uma responsabilidade cívica.

Turner (1997) ressalta os estudos sobre o cinema como elemento cultural:

¹ O grupo tem anos de existência, e nesse período desenvolveu 19 projetos, dentre eles 6 documentários (4 realizados e 2 em processo de realização). Além de 9 oficinas de vídeos, que atingiram cerca de 4 mil pessoas diretamente em 27 municípios do Rio Grande do Norte.

Embora os estudos sobre cinema estejam estabelecidos em instituições do mundo todo, estamos agora numa fase crucial de seu desenvolvimento. O cinema é revelado não tanto quanto uma disciplina separada, mas como um conjunto de práticas sociais distintas, um conjunto de linguagens e uma indústria. (TURNER, 1997, p.49).

O cinema europeu das décadas 1920, 1930, 1940 e 1950 exerceu o papel social observado por Grierson nas produções idealizadas em movimentos como o Expressionismo alemão, Montagem soviética, Surrealismo, Neorrealismo Italiano e a Nouvelle Vague francesa (MASCARELLO, 2012). Movimentos que revelaram ao mundo outras culturas, outras sociedades e outro cinema, que quebrava paradigmas, questionava a sociedade burguesa, e provocava a realização de um cinema com poucos recursos, pautado em histórias sociais e cotidianas, que coloca “o cinema visto como um reflexo ou indicador dos movimentos da cultura popular do século XX” (TURNER, 1997. p.11).

Os movimentos culturais que aconteceram na Europa e posteriormente na América Latina, a exemplo do Cinema Novo brasileiro, utilizaram-se do audiovisual como ferramenta de expressão de uma sociedade contemporânea em transformação.

Estabelecendo um breve diálogo com a história do cinema, o quadro abaixo demonstra de forma sintética os principais movimentos, acontecimentos e as escolas que construíram a arte cinematográfica, uma forma de relacionar a pesquisa com o objeto macro que é o cinema. Posteriormente irão se revelar as nuances da investigação realizada num âmbito regional, constituindo o objeto micro pesquisado que é a produção audiovisual potiguar.

QUADRO 1 -Movimentos na história do cinema

| Período/Movimentos | Acontecimentos |
|-------------------------------------|---|
| 1895 – Nascimento do cinema | Os irmãos Lumière criaram o cinematógrafo, aparelho que projetava filmes para um grande número de pessoas de uma só vez, o que fez o invento se popularizar. A primeira projeção aconteceu em 28 de dezembro de 1895 no Grand Café, em Paris, tornando os franceses oficialmente os inventores do cinema. Os filmes dos irmãos Lumière eram registros de ações cotidianas como a chegada do trem na estação e a saída dos operários da fábrica. |
| 1920 -Expressionismo Alemão | Sombras, loucura e grotesco são os atores principais do cinema alemão. O movimento tenta representar o clima pós-guerra que toma conta do país e dura até a ascensão de Hitler, que proibiu as artes “degeneradas” e apostou no cinema-propaganda, afugentando grandes diretores do país. Filmes: <i>Metrópolis</i> (Fritz Lang), <i>Nosferatu</i> (F.W. Murnau), <i>O Gabinete do Dr. Caligari</i> (Robert Wiene). |
| 1920 – 1930 Experimentalismo | A falta de película nas faculdades de Moscou leva estudantes de cinema a descobrir a montagem: usando vários pedaços de filmes famosos e a |

[Digite texto]

| | |
|--|---|
| Soviético | justaposição de imagens, criam uma nova obra. Influenciados pela Revolução Russa, fazem um cinema ideológico, sem perder o impacto visual. Filmes: <i>O Encouraçado Potemkin</i> (Sergei Eisenstein), <i>Um Homem com uma Câmera</i> (Dziga-Vertov). |
| 1940 Neorealismo Italiano | Temas sociais, atores não profissionais e gravações fora de estúdio. Por levar a realidade do pós-guerra ao cinema com custos tão baixos, os italianos se tornam referência e influenciam diversos diretores, entre eles, o brasileiro Glauber Rocha. Filmes: <i>Ladrões de Bicicleta</i> (Vittorio De Sica), <i>Roma, Cidade Aberta</i> (Roberto Rossellini), <i>A Terra Treme</i> (Luchino Visconti). |
| Nouvelle Vague | Cansados dos mesmos filmes, críticos da conceituada revista francesa Cahiers Du Cinema decidem colocar a mão na massa. Ou melhor, a câmera nos ombros. A nova onda usa a seu favor as dificuldades técnicas para contar histórias simples, criando um estilo único. Filmes: <i>Acosado</i> (Jean-Luc Godard), <i>Os Incompreendidos</i> (François Truffaut). |
| 1940- Cinema Noir | A violência e as regras da máfia são exploradas nesse gênero, que teve forte influência da literatura policial americana e da estética alemã dos anos 20. Por duas décadas, o Noir – negro, em francês – mostrou crimes e perigosas paixões. Filmes: <i>À Beira do Abismo</i> (Howard Hawks), <i>Anatomia de um Crime</i> (Otto Preminger), <i>Casablanca</i> (Michael Curtiz). |
| Cinema Novo | Um movimento cinematográfico brasileiro que foi influenciado pelo Neorealismo italiano e a Nouvelle Vague francesa. Aconteceu nas décadas de 50 e 60, tendo como cineastas referência Nelson Pereira dos Santos e Glauber Rocha, que defendiam o fazer cinema com uma ideia na cabeça e uma câmera na mão. |
| Dogma 95 | Quatro diretores dinamarqueses se reúnem e criam 10 regras para fazer um cinema puro, simples e sem gênero. Entre elas, ausência de trilha sonora, de luz artificial e de efeitos especiais. O chamado Manifesto Dogma reforça a ideia de que qualquer um pode fazer cinema e cria seguidores pelo mundo. Filmes: <i>Festa de Família</i> (Thomas Vinterberg), <i>Os Idiotas</i> (Lars Von Trier). |
| Exploitation Cinema Independente | Ao pé da letra, o termo quer dizer exploração. O gênero se refere aos chamados filmes B, feitos com pouca grana e sem méritos artísticos. Baseado em literatura barata e explorando sexo e sangue, o gênero é resgatado nos anos 70 e se populariza nos anos 90, com os filmes de Quentin Tarantino. Filmes: <i>Glen ou Glenda</i> , <i>Plano 9 do Espaço Sideral</i> (Ed Wood Jr.). |

Fontes: Mascarello (2012) e internet.

Diante do que foi introduzido aqui, provoca-se a reflexão sobre o uso do audiovisual como instrumento de expressão cultural, política e social. Para tanto se defende o mérito da realização de pesquisas acadêmicas, que tenham como objeto empírico a produção audiovisual, com o intuito de contribuir aos Estudos da Mídia na abordagem da prática social.

Semeando a cultura audiovisual em ações coletivas – a pesquisa

A dissertação foi estruturada em quatro capítulos, os quais possuem subcapítulos para estabelecer debates com os temas abordados de maneira coerente e concisa. A constituição do texto ficou da seguinte forma:

No primeiro capítulo, Panorama do audiovisual potiguar, é feito um mapeamento das produções audiovisuais do Rio Grande do Norte (cinema/vídeo) para compor um referencial do cenário de realizações do estado. O intuito é compreender o contexto histórico da produção e recuperar a memória audiovisual para traçar um panorama do que aconteceu, e do que acontece com as práticas audiovisuais potiguares. O texto foi dividido em três subcapítulos: Quem fez e faz o audiovisual potiguar; Produção audiovisual potiguar em seus espaços e A experiência do coletivo: Caminhos, Comunicação & Cultura - CC&C.

O segundo capítulo, A construção da cultura audiovisual, dará conta do desenvolvimento conceitual e teórico estabelecendo diálogos com a cultura audiovisual e o processo de produção usando as bases teóricas da Sociabilidade (Martin-Barbero, 2003), da Etnografia (Geertz, 1987) e do Ativismo midiático (Trigueiro, 2008). Também serão abordados a tentativa de promover a democratização da cultura audiovisual, as leis de incentivo e os editais, com o objetivo de descrever os mecanismos de fomentos e entender os critérios que os direcionam. Assim, a divisão dos subcapítulos será: Teorias e conceitos em diálogos com a cultura audiovisual; Por uma tentativa de democratizar a cultura audiovisual; Fomentos para as produções audiovisuais – editais e leis de incentivo.

Já o terceiro capítulo, Processo de produção audiovisual potiguar, é dedicado à aplicação metodológica da análise dos dados da pesquisa de campo, a partir da metodologia hipotético-dedutiva, adotando o procedimento de estudo de caso e a observação participante numa abordagem qualitativa. É realizado um estudo analítico do processo de produção audiovisual, a partir da experiência do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura. O *corpus* empírico foi o acompanhamento da oficina de vídeo aplicada no município do Venha Ver/Rio Grande do Norte, atividade que aconteceu no período de 21 a 26 de janeiro/2013, dentro do projeto “Semeando cultura”, ação do Coletivo contemplado no Edital 2012 do BNB. Por fim, é traçado um diagnóstico das ações do Coletivo e das práticas audiovisuais desenvolvidas no processo de produção.

[Digite texto]

O último capítulo, A prática audiovisual gerando resultados, tem o objetivo de elencar o legado social que as práticas audiovisuais estabeleceram nos últimos dez anos para a cultura potiguar e traz a proposta de criação do Observatório do audiovisual potiguar, que será um canal de relacionamento com produtores, realizadores e pesquisadores do audiovisual, um mecanismo de acesso e democratização da cultura audiovisual.

Em síntese, a pesquisa analisou as práticas audiovisuais desempenhadas por quem faz parte do processo, identificando os elementos que auxiliam e/ou dificultam a condução da produção audiovisual.

Silva (2008) coloca que o audiovisual é um importante objeto de estudo e vai, além disso:

A comunicação ampla que o cinema deflagra não se esgota na película, nem sequer no ato de assisti-la. O filme em si não é um objeto de estudo simples, mas o cinema é um vasto e complexo fenômeno sociocultural, um conjunto multidimensional que compreende importantes aspectos econômicos, financeiros, estéticos, tecnológicos. (SILVA, 2008, p.35).

Dois motivos me levaram a pesquisar o audiovisual: a afinidade com o tema devido minha atuação profissional como produtora audiovisual há 14 anos, e a inquietação que me provocou o problema da pesquisa, questão abaixo:

Problema de pesquisa

Como o processo de produção de oficinas de vídeos intervém nas práticas audiovisuais no Rio Grande do Norte?

Hipótese

Frente às informações coletadas em entrevistas realizadas com produtores potiguares, e os dados de trabalhos acadêmicos de discentes da UFRN e da pouca literatura encontrada sobre a produção audiovisual do estado, constatou-se que de dez anos para cá, há uma crescente atuação de produtores independentes, numa tentativa de promover o acesso e a democratização da cultura audiovisual no Rio Grande do Norte.

Embora pequeno, o crescimento da cena audiovisual potiguar está sendo possível em virtude de fomentos públicos, por meio de abertura de editais, de leis de incentivos municipais, estaduais ou federais e ainda de editais mais acessíveis como os do BNB (Bando do Nordeste do Brasil).

Entretanto, o processo para o fomento cultural por meio de políticas públicas, como as mencionadas acima, tem implicações que podem inibir projetos como: a repetição de proponentes nas inscrições dos editais, os limites de custeio dos projetos, as temáticas pré-estabelecidas para os projetos, dentre outros critérios que dificultam o acesso mais amplo a um número maior de produtores culturais.

Coletivo CC&C, por exemplo, tem nos editais públicos a estratégia financeira principal para a realização de seus projetos. Em 2012, o grupo havia idealizado três projetos, no entanto não foram realizados, em virtude da não aprovação nos editais inscritos naquele ano. Identificou-se neste fato uma problemática na condução dos projetos por parte do coletivo, a dependência financeira a editais públicos limita a atuação do grupo no tocante a execução de seus projetos. Ponto que também foi analisado no processo de produção das oficinas de vídeo.

Deve-se considerar na problemática da pesquisa o uso das práticas audiovisuais (objetivos das produções, seus processos, meios de realizações, recursos utilizados e resultados obtidos), como elementos que podem alterar o processo e/ou o produto audiovisual executado.

OBJETIVOS:

GERAL

Investigar o processo de produção nas oficinas de vídeos do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura, realizadas no interior do Rio Grande do Norte no ano de 2013, fomentadas pelo edital 2012 do Programa BNB de Cultura, para identificar as contribuições dessas ações nas práticas audiovisuais do estado.

ESPECÍFICOS

Identificar os elementos (técnicos, sociais e culturais) presentes no processo de produção das oficinas de vídeo;

- Compreender como se dá a prática social dos produtores culturais componentes do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura nas oficinas de vídeos, observando os aspectos de funcionalidade das ferramentas utilizadas no processo de produção;
- Analisar o ativismo midiático presente nas ações do Coletivo CC&C, como se dão e se fundamentam essas atividades no processo de produção das oficinas;
- Fornecer um diagnóstico que revele os efeitos das oficinas de vídeos nas práticas e nas produções audiovisuais do Rio Grande do Norte. Esse diagnóstico pretende nortear pesquisadores e produtores audiovisuais na condução de suas pesquisas e trabalhos, sugerindo para isso a criação de um Observatório do Audiovisual Potiguar.

JUSTIFICATIVA

Ao refletir sobre o uso do audiovisual como elemento de expressão comunicacional, cultural, política e social, percebeu-se o valor do “reconhecimento do audiovisual como uma arma de captura da comunicação e da sociabilidade” (MARTINEZ, 2005, p.47) e, da mesma forma, reforça-se a importância da democratização e o acesso à cultura audiovisual.

Canclini (1987) explica que a democracia sociocultural é, sobretudo, um projeto de movimentos e grupos alternativos, cujo crescimento é um signo forte da renovação na cena política.

Pensando a cultura como elemento de formação da sociedade, entende-se a democratização cultural como instrumento de inclusão e sociabilidade, efetivação de um direito já garantido constitucionalmente e que precisa ser fomentado por políticas públicas como coloca o próprio MINC - Ministério da Cultura:

A cultura é um direito básico do cidadão, tão importante quanto o direito ao voto, à moradia, à alimentação, à saúde e à educação. O Brasil demanda políticas públicas que, ao mesmo tempo, promovam o desenvolvimento cultural geral da sociedade, contribuam para a inclusão social e para a geração de ocupação e renda e afirmem a nossa singularidade diante das demais culturas do mundo. (Ministério da Cultura, 2006, p.13).

De acordo com pesquisas do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada:

As ações públicas devem oferecer as garantias institucionais e os instrumentos para democratizar o acesso às facilidades de fomento, direcionando recursos para produtores independentes ou excluídos dos dinamismos dominantes, bem como abrir espaços participativos aos grupos envolvidos com a produção e difusão simbólica, valorizando os produtos culturais por eles gerados. (IPEA, 2008, p.151).

Diante da legitimação de órgãos de governo e institutos sociais que diagnosticam a situação de políticas públicas e fomentos para cultura, observa-se que movimentos em âmbito nacional e regional, a exemplo dos projetos do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura no RN, tentam suprir as lacunas das faltas de investimentos e incentivos ao desenvolvimento cultural, principalmente para o audiovisual.

E Sodré (2010) lembra que os produtores da comunicação também têm sua parcela de responsabilidade na composição cultural:

[Digite texto]

não se pode perder de vista o fato de que a dinâmica cultural não acontece apenas no interior das práticas ditas “comunicacionais”, uma vez que se faz presente na pluralidade das práticas sociais. Em outras palavras, a criatividade cultural é forçosamente mais ampla que a institucionalização tecnoculturalista dos meios de comunicação de massa. (SODRÉ, 2010, p. 99)

O mundo cada vez mais interligado em rede e o acesso facilitado às novas mídias fazem com que estudar a mídia se configure uma tarefa extremamente importante, sobretudo para profissionais da comunicação com interesse em atuar na pesquisa e na docência. “Precisamos saber, todos nós, como a mídia funciona e precisamos saber como ler e compreender o que vemos e ouvimos” (SILVERSTONE, 2002, p. 283). E como ação midiática:

(...) é a comunicação que constrói “a imagem” das pessoas (...) podemos afirmar que quem detém a comunicação, detém o poder. Se for a comunicação que constrói a realidade, quem detém a construção dessa realidade detém também o poder sobre a existência das coisas, sobre a difusão das ideias, sobre a criação da opinião pública (LAZZAROTTO, 1991 p.14 e 15).

E o estudo do audiovisual faz parte da formação da opinião pública, além de exercer papel relevante para compreensão cultural, social e política da sociedade. Pela experiência profissional em produções de vídeos acredito que é no processo de produção de um conteúdo audiovisual que se formatam, compõe-se e se organizam os elementos que irão construir a prática audiovisual. Martin-Barbero (1995) em seus estudos já valoriza a compreensão do processo de produção para o entendimento de uma prática:

Não poderia compreender o que faz o receptor, sem levar em conta a economia de produção, a maneira como a produção se organiza e se programa (...). E não gostaria que o estudo da recepção viesse nos afastar dos problemas nucleares que ligam a recepção com as estruturas e as condições de produção. (MARTIN-BARBERO, 1995, p.55)

Tal aspecto mostra o mérito de discutir e agenciar a pesquisa sobre o setor audiovisual, uma forma de perpetuar ações que estimulem projetos independentes, como mecanismo de difusão cinematográfica para as classes sociais sem acesso ao cenário artístico e cultural.

O audiovisual independente é um produto midiático que tem seus elementos norteados pelas intervenções sociais durante a fase de produção, e nesse sentido Turner (1997) analisa os estudos de cinema como prática social:

O cinema era estudado como um produto cultural e como prática social, valioso tanto por si mesmo como pelo que poderia nos revelar dos sistemas e processos

[Digite texto]

culturais. Ironicamente, essa inclusão do cinema na cultura – de certa forma uma redução de sua importância como prática – resultou numa maior compreensão de sua especificidade como meio de comunicação. (TURNER, 1997, p.49)

Essa pesquisa se respalda em depoimentos como o que segue, de uma das integrantes do Coletivo CC&C, falando da experiência de um dos projetos, o Mossoró Audiovisual:

Nossos resultados revelam que a identidade cultural do mossoroense manifestada em outras expressões culturais, como o teatro, a dança e a música, servem como principal dispositivo de aceitação e apropriação do vídeo como instrumento de registro, mas também de reflexão sobre a cultura local. Para o grupo CC&C, que tem como objetivo estimular a reflexão sobre nossa cultura, utilizando para isso conceitos e veículos de comunicação e artes visuais focadas no vídeo, o projeto teve um retorno positivo e estimulante, além de reunir material para pesquisas em diversas áreas do conhecimento. (GOMES, 2011, p.9).

As práticas do Coletivo CC&C são de atuação recente no Estado, mas de grande relevância para o estímulo e execuções de produtos audiovisuais no Rio Grande do Norte.

As entrevistas realizadas com os participantes do Coletivo CC&C possibilitaram sistematizar a reflexão sobre a atuação desses profissionais como produtores independentes do audiovisual no RN, e a participação dos mesmos em atividades identificadas como ações de promoção e democratização da cultura audiovisual. A declaração de Alexandre Santos (2012), integrante do Coletivo CC&C, revela a postura do grupo com relação a isso:

Sou ativista em favor da cultura popular. Isso nos move enquanto coletivo. Por exemplo, fizemos o documentário do “Circo do Palhaço Facilita” e no ano seguinte foi criado o Prêmio Palhaço Facilita para o circo, uma cultura que quase ninguém olha aqui no RN, e agora saiu um edital para o circo. Identificamos que nossas ações fizeram lançar os olhos sobre a cultura popular como essa. O RN nunca teve isso, não fomos nós que fizemos, que provocamos isso, mas é provável que nossa ação deu uma visibilidade suficiente através da mídia, que olharam para o circo como cultura. Democratização não só da cultura, mas dos meios de produção da cultura, porque nossas oficinas de audiovisual, nada mais faz que democratizar os meios de produção, de como fazer. Nós ensinamos a linguagem, e isso também democratiza, porque você também conhece. (SANTOS, 2012, Informação verbal ²).

O Coletivo executa oficinas de vídeo em comunidades onde praticamente não existe acesso a cultura audiovisual. Configura-se, portanto, um importante objeto de estudo, além de ser uma mostra interessante do atual cenário da prática de produção audiovisual do Estado do Rio Grande do Norte.

² Declaração obtida em entrevista concedida no dia 05.10.2012
[Digite texto]

Embora se apresentem como ações pontuais, os fomentos públicos são meios para democratização da cultura, como por exemplo, os editais do Programa Banco do Nordeste de Cultura. Em sete edições, o programa patrocinou 1.371 projetos, beneficiando diretamente 350 municípios no Nordeste do Brasil. Entre os projetos contemplados estão os do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura no RN, que tiveram cerca de 75% de suas produções fomentadas pelo BNB.

Considerando as proporções e analisando as ações do Coletivo CC&C é importante observar os efeitos que projetos como esse promovem na cultura audiovisual potiguar, porque usar o audiovisual como mecanismo de democratização sociopolítico é uma prática midiática dentro do processo. Contudo, existem inúmeras dificuldades para se ampliar a atuação do audiovisual no Brasil, e claro no Rio Grande do Norte também. De acordo com Martinez (2005):

(...) negligenciamos o fato de que nas atuais circunstâncias o mercado audiovisual não tem condições de se autorregular e de se autodiversificar. Apesar de todos os esforços, o capital cultural audiovisual no Brasil ainda está centralizado e longe de pertencer democraticamente aos brasileiros, que permanecem à mercê de hegemonias econômicas e simbólicas. (MARTINEZ, 2005, p.62).

Por isso, defende-se o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas que possam contribuir substancialmente para o pensar a prática audiovisual.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A investigação foi estruturada metodologicamente utilizando a pesquisa histórico- -descritiva, aplicando o método hipotético-dedutivo e de estudo de caso usando uma abordagem qualitativa.

A escolha por esse tipo de pesquisa se deu pelo fato de o objeto empírico ser o processo de produção das oficinas de vídeo do Coletivo CC&C, um *corpus* com características sociais e culturais que somente um estudo qualitativo é capaz de mensurar sua atuação epistemológica. Segundo Flick (2009):

[Digite texto]

A pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida. (...) A pesquisa qualitativa não se baseia em um conceito teórico e metodológico unificado. Diversas abordagens teóricas e seus métodos caracterizam as discussões e a prática da pesquisa. (FLICK, 2009, p. 20 e 25).

A pesquisa proposta tem um viés diversificado no embasamento teórico e na utilização metodológica, visto que é uma investigação sobre ações de práticas sociais relacionadas à inclusão cultural, fomento e políticas públicas para cultura, ativismo midiático e empoderamento das práticas audiovisuais.

A coleta dos dados de campo foi feita com a aplicação de questionários aos participantes das oficinas, o acompanhamento da oficina por meio da observação participante, e a realização de entrevistas individuais e semiestruturadas com os organizadores do projeto e com gestores públicos do executivo municipal de Venha Ver/RN (cidade escolhida para a realização do projeto). As entrevistas tiveram teor qualitativo, pois, para um estudo empírico como esse é recomendável à aplicação dessa técnica metodológica:

Nas ciências sociais empíricas, a entrevista qualitativa é uma metodologia de coleta de dados amplamente empregada (...) fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos. (GASKELL, 2002, p. 64 e 65).

Utilizamos também de certa parcela de pesquisa quantitativa, pela demanda de dados históricos e quantitativos sobre as produções audiovisuais do Rio Grande do Norte, que necessitam ser mensurados. Para esse processo foi realizado o estado da arte de obras potiguares e entrevistas semiestruturadas com produtores audiovisuais do estado. Além disso, foi feita uma análise de conteúdo dos critérios do edital Programa BNB de Cultura do ano de 2012 (instituição que fomenta as atividades do Coletivo CC&C) para compreender como se dá o processo de concessão de benefício.

Flick (2009) faz observações no que se refere à integração entre pesquisa qualitativa e quantitativa a partir de colocações de Barton e Lazarsfeld, que sugerem:

(...) utilização da pesquisa qualitativa no desenvolvimento de hipóteses que serão posteriormente testadas por meio das abordagens quantitativas. Em sua argumentação, os autores focalizam não apenas os limites da pesquisa qualitativa (comparados aos da quantitativa), mas percebe-se nitidamente a capacidade da pesquisa qualitativa na exploração do fenômeno em estudo. Com esta argumentação,

[Digite texto]

situam ambas as áreas da pesquisa em etapas diferentes do processo de pesquisa. (FLICK, 2009, p. 43).

Escolheu-se o método de abordagem Hipotético-dedutivo porque, “se inicia pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos acerca da qual formula hipóteses e, pelo processo de inferências dedutiva, testa a predição da ocorrência de fenômenos abrangidos pela hipótese” (LAKATOS, 2001, p. 106), visto que a pesquisa proposta parte da hipótese de que o processo de produção de oficinas de vídeos em cidades do interior do Estado está provocando mudanças nas práticas audiovisuais no Rio Grande do Norte.

O estudo buscou comprovar que a hipótese apontada tem fundamentação prática, por isso, foram usados métodos de procedimentos utilizados em pesquisas de fenômenos sociais. As ações realizadas foram: a investigação histórica da produção audiovisual do RN, o estudo de caso das ações do Coletivo CC&C tendo como ponto de observação o fomento público para suas ações, os dados estatísticos sobre a produção audiovisual do RN e o estudo etnográfico feito na comunidade que é contemplada pelo do projeto do Coletivo CC&C.

Para melhor dialogar com os métodos escolhidos usamos a técnica da observação participante, que permite a interação do pesquisador com a comunidade onde está inserido o objeto de investigação, facilitando a coleta de dados:

(...) na observação participante os membros da comunidade estudada concordam com a presença do pesquisador entre eles como um vizinho e um amigo que também é, casualmente, um pesquisador. O observador participante deve, então, fazer o esforço de ser aceitável como pessoa (o que vai significar coisas diferentes em termos de comportamento, de modo de viver e, às vezes, até de aparência em diferentes culturas) e não simplesmente respeitável como cientista. (ANGROSINO, 2009, p. 33).

Deve-se deixar claro que esta investigação não desenvolve pesquisa de recepção, o objetivo é observar o processo de produção das atividades desenvolvidas pelo grupo que compõe o Coletivo CC&C. Apresentamos abaixo um quadro que demonstra de forma sistemática a aplicação dos métodos e técnicas adotados na pesquisa:

QUADRO 2 – Métodos e Técnicas aplicadas na pesquisa

| Métodos | Técnicas | Ações em campo |
|---|---|---|
| Hipotético dedutivo | Entrevista por questionário (participantes das oficinas) Observação participante Registro em vídeo e fotos de momentos do processo | Agendada Em campo, na execução das oficinas. |
| Histórico (Levantamento da produção audiovisual no RN) | Entrevistas individuais e em profundidade Pesquisa bibliográfica | Feita com agendamento prévio com profissionais que fazem o audiovisual do RN |
| Etnográfico (Análise dos fenômenos existentes nas oficinas, que fazem parte do processo de execução das mesmas). | Entrevista individual Observação participante | No período de execução das oficinas (integrantes do Coletivo CC&C, gestores públicos e representantes da comunidade). |
| Descritivo e Análise de conteúdo (pesquisa quantitativa e qualitativa) | Pesquisa bibliográfica (audiovisual do RN e dos editais que fomentaram os projetos) Observação participante Análise de dados coletados em campo | Análise dos critérios do edital BNB cultural 2012. Na execução das oficinas. Registros em fotos e vídeo |

Fonte: Elaboração própria com base na metodologia aplicada

1.PANORAMA DO AUDIOVISUAL DO RN

1.1 Quem fez e faz o audiovisual potiguar

Como primeiro passo para a pesquisa buscou-se compreender o contexto histórico da produção cinematográfica no Rio Grande do Norte, numa tentativa de recuperar parte da memória audiovisual potiguar. A investigação foi iniciada por uma revisão bibliográfica. Ao começar o estado da arte identificou-se que a literatura sobre o tema era mínima, resumia-se ao livro do escritor potiguar Anchieta Fernandes (2007) “Écran Natalense”, e alguns trabalhos acadêmicos (LIMA, 2012 e FIÚZA,2008) que investigaram o tema.

Diante das poucas referências na literatura foi usado como estratégia metodológica realizar entrevistas individuais com pessoas que contribuíram ou contribuem para o audiovisual no estado.

Elaborou-se uma lista com os nomes dos entrevistados, tendo como critério a atuação dessas pessoas no cenário audiovisual potiguar. As entrevistas aconteceram no decorrer do ano de 2012 e no final de 2013. Foram realizadas um total de 14 entrevistas.

Segue abaixo lista dos entrevistados informando o vínculo de atuação dos mesmos no audiovisual, e o período de realização da entrevista:

QUADRO 3 – Realizadores audiovisuais do RN

| Entrevistado/Projeto vinculado | Atuação audiovisual | Data da entrevista |
|---|----------------------------|---------------------------|
| Alexandre Santos/ Coletivo CC&C | Documentarista | Set/2012 |
| Geraldo Cavalcanti/projeto Nós na tela | Roteirista | Out/2012 |
| Buca Dantas/ Cinema processo | Cineasta | Out/2012 |
| Pedro Fiúza/ Cine clube Natal | Cineclubista | Out/2012 |
| Josenilton Tavares/ ABDeC-RN | Produtor cultural | Out/2012 |
| Keila Sena/ Goiamum Audiovisual | Produtora audiovisual | Nov/2012 |
| Fabio DSilva/ DOC TV 2008 e Curso Cinema da UNP | Cineasta | Nov/2012 |
| Erica Lima/ Programa Olhar Independente e CC&C | Produtora audiovisual | Nov/2012 |

[Digite texto]

| | | |
|---|---|----------|
| Carlos Tourinho (ITEC) | Diretor de fotografia, fundador da ABDeC-RN | Dez/2012 |
| Itamar Nobre/ TV Garrancho (anos 90) e Decom UFRN | Ativista cultural e professor da UFRN | Dez/2012 |
| Carlos Estevão Cavalcanti (Carito Cavalcanti) | Videomaker | Dez/2013 |
| Paulo Laguardia | Documentarista independente | Dez/2013 |
| Marcelo Barreto | Diretor de fotografia | Dez/2013 |
| Mary Lande Brito | Realizadora/profa IFRN | Dez/2013 |

Fonte: Elaboração própria da pesquisa

Diante das dificuldades de acesso às informações, optou-se por usar o recurso da história oral, ferramenta utilizada para conhecimento de fatos históricos por meio de depoimentos de quem participou *in loco* da história. Então, recorrer a depoimentos de pessoas que, de alguma forma, tenham vivenciado experiências é considerável, pois o depoimento oral é um mecanismo de comunicação fundamental de resgate histórico da sociedade, como no caso em estudo, o cenário audiovisual do Rio Grande do Norte .

A maior potencialidade da história oral para a comunicação é registrar a participação do indivíduo como sujeito no processo histórico. Ao abrir um espaço para que as pessoas contem suas histórias, podemos perceber que elas falam de tempos e espaços necessários de serem lembrados e pensados. Neste caminho, nossa tarefa é ouvir, compilar, perceber e compreender as histórias de vida, valorizando-as. Usando como instrumento a entrevista intimista, esperamos abrir mais espaços para a memória por acreditar na importância das histórias singulares que se somam à história de todos. (PAVAN e VELOSO, p.337 2011).

Identificou-se nos depoimentos dos entrevistados informações comuns e bastante relevantes no que se refere à construção da cultura audiovisual potiguar. Para revelar esses dados de forma objetiva e didática, optou-se por criar um diagrama expositivo pontuando os principais elementos em comum revelados nas entrevistas:

[Digite texto]



Fig.1 - Elementos norteadores para cadeia do audiovisual

Fonte: Elaboração própria com base nos pontos comuns destacados pelos entrevistados

De acordo com os depoimentos coletados, além dos pontos elencados acima, percebeu-se que os entrevistados concordam num ponto: a cinematografia potiguar historicamente teve baixas e a produção audiovisual do estado está em processo de ampliação da década de 2000 para cá.

Reunindo as informações coletadas da literatura e dos depoimentos tem-se um panorama sobre a produção audiovisual norte-rio-grandense. Entretanto, esgotar esse mapeamento é algo muito difícil e nem cabe a esta pesquisa. O intuito do estudo é ter um parâmetro de referência para estabelecer diálogo com a hipótese que norteia a investigação: de que ações de incentivo e acessibilidade a cultura audiovisual estão mudando as práticas audiovisuais no RN.

A seguir, um quadro que destaca falas relevantes dentre os depoimentos coletados, que contextualizam o panorama do audiovisual potiguar:

QUADRO 4 - Depoimentos dos entrevistados

| Realizadores | Depoimentos |
|--------------------|--|
| Geraldo Cavalcanti | Saberes e os viveres das comunidades. As ações independentes estão provocando as políticas públicas. |
| Buca Dantas | O Festival Sagicine ³ foi um ponto de mutação para projetos e planos de ação no RN. Tem que se ter uma atitude empreendedora para produção audiovisual. Forçar o governo a fornecer recursos para o audiovisual e melhorar a qualidade amplia a produção. |
| Josenilton Tavares | <p>A cena independente no RN começou sem ação de políticas públicas.</p> <p>As deficiências das políticas públicas estão na gestão, pois acontecem sem diagnóstico, sem planejamento.</p> <p>Hoje as políticas públicas do governo federal estão mais claras. O MINC tem bandeira sociológica e ideológica.</p> <p>As leis são importantes instrumentos de fomento pra projetos e realizações.</p> <p>Tem que dar condições para a cena caminhar.</p> <p>As oficinas estão mudando as práticas do audiovisual no RN, mas há falhas porque as oficinas precisam ser continuadas para formação mais efetiva; ter equipamentos disponíveis para produção, salas de exibição,icineiros mais preparados .</p> |
| Pedro Fiúza | A retomada da produção no RN aconteceu por meio da produção e exibição, pois a facilidade da tecnologia atual está auxiliando a produção. |
| Keila Sena | <p>Os projetos de capacitação são fundamentais para o mercado saber fazer tecnicamente o cinema.</p> <p>Acredito que é possível ter um mercado de cinema no RN. Temos um potencial para o cenário.</p> |
| Erica Lima | <p>Os cursos de Radialismo da UFRN e UERN deram um ganho produção e a valorização do audiovisual no RN.</p> <p>Políticas locais não existem, o que existe são ações isoladas.</p> <p>Desconheço benefícios de editais da ANCINE que tenham contemplados projetos do RN, pois é difícil o acesso ao</p> |

³ Festival Sagicine aconteceu em outubro de 2012, na praia de Sagi, município de Baía Formosa/RN.
[Digite texto]

| | |
|-------------------|---|
| | fomento nacional. |
| Fabio DSilva | <p>Depois do filme “Boi de prata” houve um hiato de mais 20 anos na história da produção de cinema do RN</p> <p>A retomada foi nos anos 2000 com os quatro DOCTVs realizados no RN.</p> <p>Para mudanças no cenário tem que haver união dos produtores, realizadores para cobrar fomento público e privado.</p> <p>O cinema autoral e independente para existir precisa de fomento público.</p> <p>Osicineiros precisam se qualificar, ver filmes, conhecer novas tecnologias, fundamentar a prática, estudar.</p> |
| Carlos Tourinho | Fomento público é essencial para produção, porque no Brasil não há cinema independente com recursos para produzir. |
| Itamar Nobre | <p>Hoje o audiovisual é um movimento cultural. Antes se fazia vídeoativismo. São produções personalizadas, voltadas a realização de projetos culturais, não há mais militância política.</p> <p>Na época da TV Garrancho era a vez dos outros, atores sociais que falava pelos outros. Agora ficam algumas questões: Qual é a devolutiva que os produtores trazem para a sociedade? O que a sociedade civil ganha com isso?</p> |
| Carito Cavalcanti | <p>Agora que está se organizando o audiovisual do passado e do presente. Não é tão fácil visualizar o panorama do audiovisual potiguar, pois tem muita coisa que não conhecemos. Apesar de ter começado há tempos ainda está engatinhando.</p> <p>Há um abismo muito grande com relação às políticas públicas do RN para com PB e PE.</p> <p>Os produtores têm capacidade, mas as políticas públicas deixam a desejar. Está longe de o realizador sobreviver da sua arte.</p> <p>Ponto importante: não se deve esquecer que cinema é linguagem em movimento. Tem que ter a investigação da linguagem.</p> |

Fonte: Elaboração própria com base nos depoimentos fornecidos por meio de entrevista.

Inicialmente, identificou-se a partir da obra de Fernandes (2007), que de certa forma o Rio Grande do Norte pode ser considerado pioneiro na projeção cinematográfica no Brasil. O livro relata que a primeira exibição cinematográfica em Natal ocorreu no final do século XIX, [Digite texto]

em 1898, pelas mãos do empresário Nicolau Parente. Foi o primeiro passo para história do audiovisual potiguar.

Com a chegada da iluminação elétrica na cidade, a partir de 1910, surgiram as salas de cinemas na capital. Lima (2012) mapeia os principais: Polytheama (1911), Phaté Cinema (1913), Royal Cinema (1913), Cine São Pedro (1930), Cine Rex (1936), Cinema São Luiz (1946), Cine do Alecrim (1947), Cine Rio Grande (1949), Cine Nordeste (1958).

Do ponto de vista da produção cinematográfica realizada em solo potiguar e por potiguares, uma reportagem do jornal “A República” de julho de 1924, indica que o primeiro trabalho audiovisual foi uma película em longa metragem no formato de documentário, financiado pelo então governador José Augusto (1924-1927), dirigido pelo potiguar Amphilóquio Carlos Soares da Câmara. O filme mostrava o cotidiano e as características econômicas de diversas regiões do estado. A produção foi titulada Cine-jornal do Rio Grande do Norte.



Fig. 2 - Página de jornal da época falando sobre o filme Cine-Jornal

[Digite texto]



Fig. 3 Cartaz anunciando a exibição de filme nos cinemas da cidade do Natal

Ainda na década de 1920, mais precisamente em 1924, aconteceu a estréia da película *Retribuição*, produzida pela Aurora Filmes (sediada em Recife), empresa de propriedade do potiguar Gentil Roiz. No decorrer das décadas seguintes Roiz realiza, entre outros trabalhos, as películas *Jurando Vingar* e *Aitaré da Praia* (1925) considerado sua melhor obra do ponto de vista estético, chegando a ser exibido no Rio de Janeiro (FERNANDES, 2007).

Contudo, devido aos altos custos de produção a cinematografia potiguar continuava tímida. Filmes eram idealizados, alguns filmados, mas não chegavam à finalização, assim se passaram três décadas. Somente em 1955, o cineasta José Seabra, depois de muitos atropelos, concluiu uma produção, que, segundo Fernandes (2007), é “o primeiro filme de longa metragem de ficção de produção cinematográfica norte-rio-grandense, “Coisas da Vida”, apresentado em première no Cinema Rio Grande em 10 de junho de 1955” (FERNANDES, 2007, p. 131).

Finalmente na década de 1970, são rodados por completo dois filmes em solo potiguar, e realizados por potiguares. Em 1973, foi filmado nas cidades de Patu e Assu o filme em 35 mm “Jesuino Brillhante” do norte-rio-grandense William Cobbett. A película serviu de referência para dar voz à linguagem do cangaço no cinema.

[Digite texto]



Fig. 4 - Cartaz de divulgação da película Jesuino Brilhante. Fonte: <http://filmow.com>

Em 1978, foi a vez de Boi de Prata, dirigido por Augusto Ribeiro Júnior, cineasta potiguar, que segundo Fernandes (2007, p.138) “chegou a acreditar na possibilidade da criação de um polo cinematográfico em Natal”. O longa-metragem ficcional conta a saga boiadeira, um poema visual que retrata os conflitos sociais e a cultura popular. A película foi rodada no município de Caicó, interior do Rio Grande do Norte, e contou com apoio financeiro de um convênio entre a extinta Embrafilme e o Governo estadual. Teve sua finalização e lançamento no início da década de 1980.



Fig. 5 - Cartaz de divulgação da película Boi de Prata. Fonte: www.cinemabrasileiro.net

[Digite texto]

Chegando às décadas de 1980 e 1990 as referências cinematográficas encontradas são as produções da cineasta potiguar, Jussara Queiroz. Apesar de ter estudado e iniciado sua carreira em terras cariocas, Jussara Queiroz é destaque na história do cinema potiguar, pois os registros revelam que ela foi a primeira mulher cineasta do estado.



Fig. 6 – Foto de Jussara Queiroz, a primeira cineasta potiguar

Jussara Queiroz realizou de curtas a longas, reconhecidos em festivais nacionais e internacionais. Entre suas produções, “A Árvore da Marcação” é o filme mais conhecido e traz no elenco a atriz Marcélia Cartaxo, natural da Paraíba.

Filme: A árvore de marcação:

Sinopse: Josélia, jovem estudante de Direito, reencontra em seu trabalho “o inspetor”, personagem violento e autoritário que recorda sua infância em Marcação, pequeno vilarejo da zona canavieira da Paraíba, onde a maioria das crianças trabalha desde os cinco anos de idade nos canaviais e mangue. Certo dia, chega na comunidade uma freira que não usa hábito. Os adultos não acreditam, mas as crianças não se incomodam com esse detalhe e vão ao seu encontro. Inspirado no livro “Crianças em Ação”, do padre Reginaldo Veloso, o filme conta os momentos de conscientização e organização de Josélia e seus amigos, que lutam contra a situação absurda em que vive a comunidade, obrigada a pagar pela água do chafariz público. Essas crianças e adolescentes são considerados pelo Mouvement International d’Apostolat dès Enfants como o movimento de crianças mais bem organizado da América Latina. Formato: 35mm, Brasil, RN, 85’

[Digite texto]



Fig. 7 Gravação do filme A árvore de Marcação

Outras obras de relevância da cineasta potiguar são “Um Certo Meio Ambiente”, “Um Caso de Vida ou Morte”, “Fora da Ordem” e “Acredito que o Mundo será melhor”(1983), este último um documentário que fala dos conflitos de terra em Pernambuco e na Paraíba.

Em 2007, a cineasta potiguar foi tema do documentário biográfico “O voo silenciado da Jucurutu”, dirigido pelo documentarista Paulo Laguardia dentro do projeto DOCTV/2007 do Ministério da Cultura.



Fig. 8 – Foto do filme O voo silenciado do Jucurutu

Filme: O voo silenciado do Jucurutu:

Sinopse: Documentário biográfico sobre a cineasta Jussara Queiroz, nascida no Rio Grande do Norte, na cidade de Jucurutu, que na juventude estudou cinema na Universidade Federal Fluminense, em Niterói, tornando-se uma peça fundamental no movimento de militância organizado pelos alunos para evitar a extinção do curso de cinema naquela época. Sua obra, carregada de crítica social, é apresentada no filme Laguardia, realizado a partir do projeto DocTV do Ministério da Cultura. Professores do curso de Cinema da UFF relembram no [Digite texto]

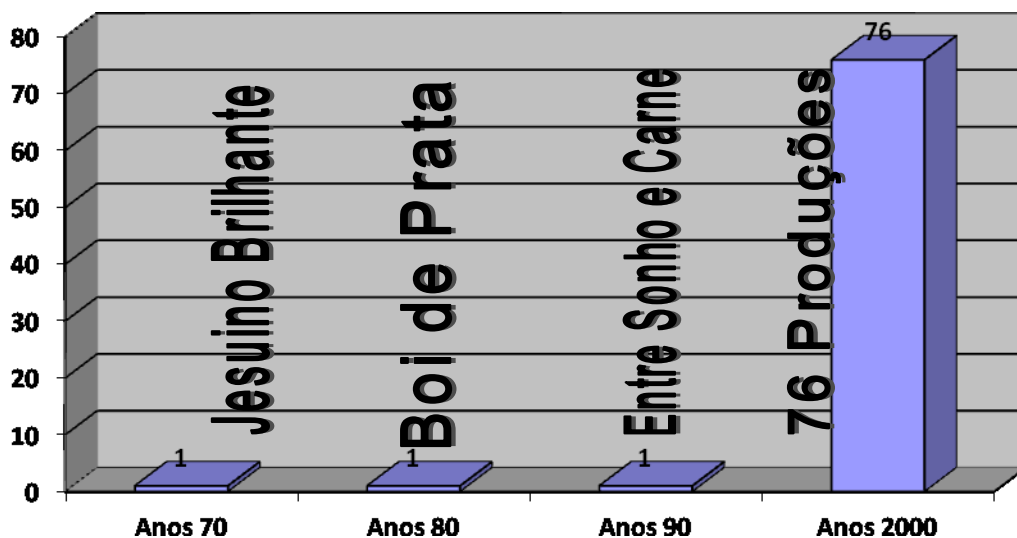
longa-metragem a astúcia da ‘menina amaneirada’, Jussara Queiroz, nos tempos da faculdade e depois, atuando como uma profissional do cinema brasileiro até ser acometida por uma encefalite que a afastou forçosamente dos sets de filmagem. Brasil, RN, 83’, 2007.

Para quantificar as produções cinematográficas (curtas, longas e documentários) do estado Fiúza (2008), em seu trabalho de conclusão do curso de radialismo pela UFRN, criou um banco de dados. O pesquisador procurou informações nos sites do Porta curtas, Curta o curta e Curtagora, e constatou que os registros nessas fontes são em sua grande quantidade de títulos mais amadores do que profissionais. Fiúza(2008) ainda destacou que há concentração de produções em um período específico:

(...) observamos que 95% do mapeado estava compreendido na última década, sobrando apenas alguns títulos das três décadas anteriores e não mais que isso, impossibilitando que apresentássemos títulos das décadas de 50 a 60, por exemplo, ou até antes disso. (FIÚZA, 2008, p. 14)

A constatação do pesquisador reforça a hipótese de que as ações de estímulo e fomento a produção estão mudando o cenário audiovisual potiguar na última década, pois demonstra que nos anos 2000 houve aumento de produções, em virtude do acesso a mecanismos de fomento. O quadro estatístico demonstra um mapeamento da década de 1970 até 2008 (FIÚZA, 2008):

Gráfico 1. - Quantitativo das produções de filmes e vídeos no RN



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TCC de Fiúza, 2008.

[Digite texto]

Finalizando o panorama, deseja-se ressaltar à colocação de Lima (2012), que revela sua percepção sobre o atual cenário da produção audiovisual potiguar, a partir da coleta de material para o programa “Olhar Independente”, dirigido pela própria jornalista:

Nota-se um avanço considerável no número de produções nos últimos anos no estado, percebemos nas exibições do programa Olhar Independente da TV Universitária –RN, de outubro de 2008 até novembro de 2012 foram produzidos 142 programas inéditos, com a exibição de 205 curtas ao todo. Dado que pode comprovar a nova safra da produção audiovisual no estado. No entanto, os trabalhos produzidos no estado, ainda são poucos competitivos se comparados com os demais estados do Nordeste. (LIMA, 2012, p. 6)

Frente aos dados aqui confrontados avalia-se que a produção audiovisual do Rio Grande do Norte está em constante processo de renovação, devido aos inúmeros fatores que impedem seu avanço substancial, principalmente pela ausência de políticas públicas efetivas e permanentes que subsidiem o setor do audiovisual.

Contudo, todo panorama aqui revelado também mostra que a vontade de produzir é maior que os obstáculos e, apesar das dificuldades, os produtores audiovisuais, estudantes e ativistas culturais buscam alternativas para concretizar suas produções audiovisuais colocando-as em prática.

1.2 Produção audiovisual potiguar em seus espaços

No Rio Grande do Norte, assim como em outros estados do Nordeste do Brasil, a produção audiovisual está em processo de ampliação, apesar de ainda tímida comparada ao eixo sudeste/sul do país. Marson (2009) em artigo publicado no livro “Cinema e políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine” comentava o aumento das produções fora do eixo sudeste do país:

Já em relação à diversidade regional, vale destacar que cineastas das cinco regiões do Brasil produziram a partir de meados dos anos 90, diminuindo a alta concentração de produção da região sudeste, em especial no eixo Rio – São Paulo. Cineastas do norte (Aurélio Micheles, Djalma Limongi Batista), do nordeste (Lírio Ferreira, Paulo Caldas, José de Araújo, Marcus Moura, Rosemberg Cariry, Claudio Assis), do sul (Jorge Furtado, Otto Guerra, Sylvio Back, Carlos Gerbase, João Pedro Goulart) e do centro-oeste (André Luiz Oliveira, Afonso Brazza) puderam realizar seus filmes. Essa diversidade regional deve-se também às legislações regionais que permitiram e estimularam o desenvolvimento de atividades de cinema em diversos estados. (MARSON, 2009, p. 107)

Outro elemento facilitador para o aumento das produções são os editais de fomento público, conduzidos por entidades como o BNB (Bando do Nordeste do Brasil) e o próprio MINC (Ministério da Cultura), que por meio da Secretaria do Audiovisual (SAV) está criando mecanismos que ampliam e democratizam o acesso à cultura audiovisual no país.

Identificou-se experiências positivas na trajetória evolutiva e social da produção audiovisual nos municípios do interior RN, como o trabalho desenvolvido pelo Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura- CC&C, grupo que atua no audiovisual potiguar há cerca de oito de anos promovendo oficinas de produção de vídeo pelo interior do estado. O Coletivo desempenha um trabalho de grande relevância para promoção, estímulo, execuções de produtos audiovisuais no RN, colaborando para a disseminação da cultura audiovisual.

O que o Coletivo CC&C vem realizando vai de encontro com a realidade nacional e mundial no tocante a promoção e acessibilidade à cultura audiovisual, pois de acordo com a pesquisa realizada pela UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, sobre os setores cinematográficos, 86% dos filmes exibidos no mundo são produções hollywoodianas, Martinez coloca que:

A conclusão é que aproximadamente 88 países de baixo PIB e IDH jamais teriam tido condição de produzir um único filme, configurando um universo populacional de 465 milhões de pessoas que jamais puderam ver sua cultura refletida no cinema. Essa disparidade é levemente atenuada com a produção independente de obras audiovisuais em suportes alternativos, como vídeo, e com a correspondente adequação das salas de exibição – política implementada em alguns países da Ásia e da África. (MARTINEZ, 2005, p.51).

Deve-se ter uma postura crítica e responsável diante das estatísticas apresentadas, pois o espaço cultural deve ser democrático permitindo escolhas, não deve nunca ser restritivo a um nicho, nem tampouco favorecer produção estrangeira em detrimento da nacional.

A reflexão sobre a produção audiovisual do Coletivo CC&C é importante para verificar a experiência de abertura ao cenário audiovisual potiguar.

Um dos fatores mais importantes na gestão pública é o conhecimento sobre as práticas culturais no espaço social, a identificação de demandas e carências. As informações para a gestão política de um sistema nacional de cultura não existem, o que dificulta a formação de uma política articulada e coerente. A construção de um plano nacional de cultura necessita de pesquisas, diagnósticos, levantamentos estatísticos, sistemáticos que orientem as ações. Sem o conhecimento necessário e oportuno, o que o gestor pode fazer é atender às demandas de forma pontual, com o uso de um ou outro critério, mas sempre passível de descontinuidades quando das mudanças nas lideranças políticas. (SILVA, 2007).

[Digite texto]

A pesquisa pretende demonstrar que existem possibilidades, a exemplo das ações do Coletivo CC&C, e embora o poder público invista pouco em políticas públicas voltadas à cultura audiovisual, há produtores independentes realizando. Essas produções são feitas por meio de ações coletivas ou individuais, fomentados por leis de incentivos, editais ou pela iniciativa privada. O importante é que a cultura audiovisual conquiste seu espaço.

A realização audiovisual vai além da produção, há uma cadeia que precisa ser respeitada e, de fato, ser posta em prática. Um produto audiovisual passa por três etapas para chegar ao consumidor final: produção, distribuição e exibição. Os serviços realizados devem ter seus valores definidos, para que os profissionais envolvidos no processo possam custear as despesas e seus pró-labores.

Para pontuar as práticas audiovisuais exercidas atualmente na região, foi traçado um panorama do cenário atual do novo momento da produção audiovisual potiguar a partir dos dados obtidos nas entrevistas e na pesquisa bibliográfica. Segue quadro abaixo:

Quadro 5 - Cadeia do audiovisual potiguar independente

| PRODUÇÃO | EXIBIÇÃO | DISTRIBUIÇÃO |
|--|---|---------------------------------|
| Coletivos: Caminhos, Comunicação & Cultura - 2006; Espantalho - 2013; Caboré Audiovisual - 2013; Camafeu - 2011; | Projetos para exibição: Sesc Cine Cine Sesi Cultural | Ícone Studios – Selo Mudernagem |
| Formação: Mercado da foto – Galeria e escola de fotografia e audiovisual; NPD – Núcleo de Produção Digital – projeto do MINC; Universidades: UFRN – Curso de Radialismo; UNP – Curso de Cinema | Festivais atuais: FestNatal; Goiamum Audiovisual; FINC- Festival Internacional de Cinema de Baía Formosa; Festival de Cinema de São Miguel do Gostoso; Sagi Cine; | |
| Produtoras independentes: Praieira filmes; Casa da praia; Set Box; Casu Filmes; Eita Filmes; | Mostras: SEDA Audiovisual – Semana do Audiovisual; Mossoró Audiovisual-Coletivo CC&C; Curta Mossoró - Coletivo CC&C; Boom Audiovisual – UFRN | |
| Pontos de cultura: | Cine clubes: | |

[Digite texto]

| | | |
|---|--|--|
| <p>Cinema para todos - ITEC-RN; Ponto de Cultura de Pium;</p> | <p>Cineclube Natal – desde 2005 até dias atuais: Cine clube ABDeC-RN - 2012; Pescadores de pérolas – Decom – 2013 e 2014; Cine CCSA; América Latina no Cinema – Curso de Ciências Sociais- 2013 - 2014; A Cidade em cena e a A cidade (moderna) em cena – projeto de extensão do curso de Arquitetura – durante o de 2013.</p> | |
| <p>ONGs: Zoom; Movaci.</p> | <p>Salas de cinema: Dos 167 municípios do estado, somente em dois existem salas de cinema: Mossoró: 5 salas Natal: 29 salas em 4 shoppings</p> | |

Fontes: Elaboração própria com base em Informação verbal, dados da ABDeC-RN, Sites e Mídias sociais.

1.3 A experiência do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura - CC&C

O Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura - CC&C é um grupo formado por sete profissionais de comunicação, jornalistas e radialistas, cujas atividades têm por objetivo pesquisar, produzir, divulgar e refletir acerca da arte e da cultura como identidade de um povo. O grupo utiliza para suas ações elementos de pesquisas em Comunicação Social, tendo como suportes as artes cênicas, a literatura de cordel, o vídeo, a fotografia, o rádio, o jornal e a internet.



Fig. 9 Foto da primeira formação do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura – CC&C.

Iniciado em 2006, o grupo era formado pelos seguintes profissionais: Ana Lucia Gomes, Albery Lucio da Silva, Alexandre Ferreira dos Santos, Bruna Mara Wanderley, Edileusa Martins de Oliveira, Érica da Conceição Lima, Fernanda Pires Gurgel, Jeferson Luís Pires Rocha e Lady Dayana Silva de Oliveira, todos com formação acadêmica em Jornalismo e/ou Radialismo. Tendo ainda Pós-graduação *Scripto Sensu* pela UFRN, o mestre em Estudos da Linguagem, Albery Lucio, a mestre em Estudos da Mídia, Lady Dayana, e os mestrados em Estudos da Mídia, Alexandre dos Santos e Ana Lúcia Gomes. Também já integraram o grupo João Rodrigo Costa, George Diniz e Jurandyr França, que atualmente estão atuando em outros projetos culturais. Em 2013, o Coletivo CC&C conta com cerca de sete componentes.

[Digite texto]

A primeira produção audiovisual do Coletivo foi o documentário “Com quantas ave-marias se faz uma santa” (2006), que teve como idealizador o jornalista Albery Lúcio, integrante do Coletivo. Natural do município de Florânia/RN, Albery propôs para o grupo a produção do documentário que contasse a história da menina santa, lenda religiosa cultuada naquela cidade.



Fig. 10 - Cartaz do documentário Com quantas ave-marias se faz uma santa?

Depois desse documentário, surgiram outros projetos, cada ideia que nascia era avaliada pelo grupo e, na medida do possível, encaminhada para a realização, que começou a ser fomentada por editais públicos. Atualmente já se somam dezessete produções executadas pelo Coletivo CC&C e dois projetos em fase de conclusão. Uma parte considerável das realizações, num total de oito, envolve oficinas de vídeo (projetos em negrito no quadro abaixo), o que equivale a um percentual de 47% das produções do grupo:

[Digite texto]

Quadro 6 – Projetos desenvolvidos pelo Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura

| Realizados de 2006 até 2013 | Realização em andamento |
|--|---|
| 2013 - Documentário “Cordelíricas nordestinas” | Documentário “Relíquias do sertão” - em andamento |
| 2013 - Semeando Cultura – Venha Ver | Documentário sobre abalos sísmicos no município de Pedra Preta/RN |
| <u>2011 - Documentário: "O Circo do Palhaço Facilita"</u> | |
| 2011 - Mossoró Audiovisual – Mossoró | |
| 2011 – Semeando cultura – Ielmo Marinho/RN | |
| 2011 - III Semana BNB de Oficinas Culturais – Caiçara do Norte e São Bento do Norte | |
| 2010 - II Semana BNB de Oficinas Culturais – Angicos | |
| 2010 - Curta_Mossoró – Mossoró/RN | |
| 2010 - Olhar Cultural Oficinas de Fotografia | |
| 2010 - Concurso Fotográfico "Um Olhar Sobre a Cultura Popular Nordestina" | |
| 2010 - Concurso Fotográfico "Um Olhar Sobre a Cultura Popular Nordestina" | |
| <u>2009 - Um Olhar Sobre a Serra - Ciclo de Oficinas – Sítio Novo/RN</u> | |
| <u>2008 - Concurso Fotográfico "Um Olhar Sobre a Cultura Popular Nordestina"</u> | |
| 2008 - "Mais que um filme legendado" - oficina de atuação para surdos. | |
| <u>2008 - I Semana BNB de Oficinas Culturais – Santa Cruz/RN</u> | |
| <u>2007 - Concurso Fotográfico "Um Olhar Sobre a Cultura Potiguar</u> | |
| 2006 - Com quantas Ave-Marias se faz uma santa? | |

Fonte: Site do Coletivo CC&C. Disponível em: www.olharcultural.com

A produção audiovisual do RN e sua democratização através do movimento de produtores independentes podem ser consideradas uma ação positiva, que refletem o cenário atual do [Digite texto]

audiovisual contra hegemônico no Nordeste e no Brasil. Tal aspecto revela a importância de se discutir e agenciar a pesquisa sobre o setor audiovisual, além de perpetuar ações que estimulem projetos independentes como mecanismo de difusão cinematográfica para as classes sociais sem acesso ao cenário artístico e cultural, tanto quanto ao cinema.

Em termos de produto midiático, seus elementos são norteados pelas intervenções sociais durante a fase de produção, e nesse sentido Turner (1997) analisa os estudos do cinema como prática social:

O cinema era estudado como um produto cultural e como prática social, valioso tanto por si mesmo como pelo que poderia nos revelar dos sistemas e processos culturais. Ironicamente, essa inclusão do cinema na cultura – de certa forma uma redução de sua importância como prática – resultou numa maior compreensão de sua especificidade como meio de comunicação. (TURNER, 1997, p.49)

As fotos abaixo são uma demonstração de algumas aulas práticas e teóricas do projeto Mossoró audiovisual executado em 2011, no qual foram realizadas oficinas de vídeo. Como podemos observar, há um número considerável de participantes, demonstrando a demanda pela prática do fazer cultura por meio do cinema, isso nos reforça o valor de sociabilidade numa produção midiática.



Foto. 1 – Fotos das oficinas do Mossoró Audiovisual

Fonte: Site do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura

[Digite texto]

O formato escolhido para aplicação das oficinas procura ter um status comum em todos os locais onde são ofertadas. As oficinas de capacitação em audiovisual atendem a produção e exibição de curtas-metragens, produzidos a partir de aulas teóricas e práticas. A metodologia utilizada é de aulas teóricas expositivas com exibição e análise de curtas-metragens de diversos gêneros, levantamento e identificação dos elementos da cultura da cidade para elaboração de roteiros.

. Os módulos são divididos em: pré-produção, produção e pós-produção e a carga horária varia de 20 a 30 horas/aula, dependendo da demanda de cada município. Sendo 20% das aulas para a teoria e 80% para conteúdo prático, nas quais são realizadas as gravações dos vídeos e acompanhamento da edição do material.

Toda iniciativa de se criar mecanismo de estímulo à produção audiovisual independente é válida. É o caso das ações que identificamos na nossa pesquisa, relevantes para a democratização do audiovisual diante do cenário hegemônico, as quais começam a ganhar espaço através da promoção extracomercial da indústria cinematográfica, como analisa a professora Lusvarghi (2010):

Atualmente, temos mais de cem festivais de cinema em todo país, num fenômeno incomparável dentro da própria América Latina, que criam um circuito de lançamento e distribuição paralelo ao oficial, levando filmes de ficção nacionais, documentários, a cidades que sequer possuem uma sala de cinema. As redes, estrangeiras e nacionais, de multiplexes, não têm interesse em abrir salas de cinemas de menos de 500 mil habitantes. E as salas de rua, como são chamadas estão fechando, inclusive nos grandes centros. (LUSVARGHI, 2010, p. 72).

O acesso às produções audiovisuais nacionais e as salas de cinemas na maioria das cidades do interior do Brasil não é possível, visto a falta de interesse comercial, restando somente a opção pelas salas itinerantes.

No Rio Grande do Norte esse cenário não é diferente, mas na contramão dessa realidade, que revela a ausência da difusão audiovisual em cidades do interior, estão as oficinas de vídeo do Coletivo CC&C que ensina a população a produzir, a ler e a difundir a cultura audiovisual, tendo a identidade popular da região como elemento norteador.

Os oito municípios assistidos pelos projetos de oficinas de vídeo do Coletivo (Venha Ver, Mossoró, Ielmo Marinho, Caiçara do Norte, São Bento do Norte, Angicos, Sítio Novo e Santa Cruz) já atenderam cerca de 280 pessoas (média de 30 participantes por oficinas), formando leitores do audiovisual, multiplicadores da linguagem e potenciais profissionais do [Digite texto]

setor audiovisual, que são despertados para a economia criativa a partir do uso da cultura como capital de negócio.

Sabemos que é dever do poder público suprir as necessidades de políticas públicas para cultura, mas contribuições da sociedade civil também são bem-vindas. É o que propõem os projetos do Coletivo CC&C, praticando ações em prol a democratização da cultura, auxiliando assim na melhoria da educação da região atendida.

Além da formação técnica em audiovisual, as oficinas resultam também em mostras de todas as produções realizadas; são seções de cinema na rua ou em locais cedidos por entidades que colaboram com o evento, onde são exibidos os vídeos/filmes feitos pelos participantes das oficinas. Mais uma ação promotora da cultura, que possibilita essa vivência a quem nunca teve a oportunidade de ir ao cinema, com um aspecto peculiar. São histórias relacionadas ao cotidiano social e cultural da comunidade. Toda a cidade é contemplada, não somente quem participou das oficinas, as mostras são assistidas em média por oitenta espectadores por seção.

Segundo Ana Lúcia Gomes (2011), integrante do Coletivo, “os projetos realizados tentam envolver as comunidades, o poder público e a iniciativa privada” (GOMES, 2011), pois o intuito do grupo é promover diálogos e incentivar políticas públicas para a valorização do patrimônio cultural do Rio Grande do Norte.

2. A CONSTRUÇÃO DA CULTURA AUDIOVISUAL

Neste capítulo, busca-se compor um arcabouço teórico coerente com a pesquisa realizada. Para isso foi construída uma reflexão conceitual e teórica, estabelecendo diálogos da cultura audiovisual com as teorias da Sociabilidade (Martin-Barbero, 2003), Etnografia (Geertz, 1987) e Ativismo midiático (Trigueiro, 2008). Esses conceitos foram escolhidos para contribuir à construção epistemológica e empírica do estudo, pois são abordagens que permeiam a cultura.

Também é abordado neste texto a tentativa de promoção à democratização da cultura audiovisual no RN e os processos de fomentos culturais existentes no país, com o objetivo de conhecer e refletir sobre os mecanismos e os critérios que os direcionam.

2.1 Teorias e conceitos em diálogos com a cultura audiovisual

Para iniciar a reflexão teórica é fundamental abordar um dos aspectos que norteiam esta pesquisa, a cultura. Santos (2002), buscando aplicar o termo no contexto social, diz que podemos entender cultura como uma dimensão do processo social e utilizá-la como um instrumento para compreender as sociedades contemporâneas. É nessa abordagem que a cultura irá dialogar com a pesquisa, visto que o estudo busca compreender como se dá o processo de produção audiovisual em comunidades que recebem oficinas culturais, ações que objetivam semear a cultura audiovisual.

Ao chegar a um espaço social, deve-se observar o sujeito integrante desse espaço, respeitar o ser cultural que nele se constitui, antes de inserir qualquer informação nova, pois o sujeito já tem uma realidade e:

(...) cada realidade cultural tem sua lógica interna, a qual devemos procurar conhecer para que façam sentido as suas práticas, costumes, concepções e as transformações pelas quais estas passam. É preciso relacionar a variedade de procedimentos culturais com os contextos em que são produzidos (...) Entendido assim, o estudo da cultura contribui no combate a preconceitos, oferecendo uma plataforma firme para o respeito e a dignidade nas relações humanas. (SANTOS, 2002, p. 8 e 9).

Partindo da hipótese de que a “cultura é o legado comum de toda a humanidade” (SANTOS, 2002, p.85) deve-se assumir a responsabilidade de considerar as particularidades de cada comunidade no que diz respeito as suas práticas culturais. Assim também deve ser o

[Digite texto]

olhar do pesquisador ao se deparar com uma realidade cultural, que está sendo observada com interesses definidos, deve-se ter o cuidado de preservar o *habitus*⁴ da comunidade em pesquisa. Nesse caso, essa preocupação deve estar presente tanto em relação ao *corpus* da pesquisa, a comunidade do município de Venha Ver/RN que recebeu a ação cultural, como também o coletivo, grupo composto por membros que também são sujeitos culturais.

Convém ressaltar que estudar a cultura vai muito mais além do que foi aqui colocado, pois o estudo proposto faz um recorte sobre a cultura audiovisual praticada no estado do Rio Grande do Norte, por atores sociais que exercem papel de agentes culturais. Para tanto, a colocação de Santos (2002) provoca reflexão a respeito da cultura:

Cultura é uma construção histórica, seja como concepção, seja como dimensão do processo social. Ou seja, a cultura não é “algo natural”, não é uma decorrência de leis físicas ou biológicas. Ao contrário, a cultura é um produto coletivo da vida humana. Isso se aplica não apenas à percepção da cultura, mas também à sua relevância, à importância que passa a ter. Aplica-se ao conteúdo de cada cultura particular, produto da história de cada sociedade. Cultura é um território bem atual das lutas sociais por um destino melhor. E uma realidade e uma concepção que precisam ser apropriadas em favor do progresso social e da liberdade, em favor da luta contra a exploração de uma parte da sociedade por outra, em favor da superação de opressão e da desigualdade. (SANTOS, 2002,p. 45).

O intuito da pesquisa é compreender o papel do sujeito cultural numa intervenção social em comunidade. Claro que o estudo não irá elencar todos os elementos que constitui a intervenção, mas irá tentar estabelecer diálogos da teoria e com a prática cultural.

2.1.1 Sociabilidade

Estudar a sociedade e suas relações é missão que deve ser considerada sagrada para quem se propõe pensar a comunicação e a cultura no contexto social. Isso ocorre porque comunicação e cultura são elementos da sociabilidade (Martin-Barbero), conceito que constitui o estado das relações sociais e morais dentro de um determinado grupo.

Esta pesquisa representa bem esse caráter epistemológico, pois tem viés nos estudos da mídia por meio da prática social e se propõe analisar as práticas dos atores sociais

⁴ Termo latino, *habitus*, *hexis*, maneira de ser. O *habitus* assim entendido é um sistema de classificação do mundo social, que possibilita práticas e percepções, interiorizado segundo a trajetória singular do indivíduo. (org.FILHO, 2009, p.155)

envolvidos num processo cultural. É uma ação organizadora de processos societários nos contextos sócio-culturais. Nessa perspectiva, a mídia funciona como instância articuladora e estruturante de práticas sociais que se dão pela mediação de dispositivos sócio-técnicos.

Os atores além de serem sujeitos sociais são também sujeitos culturais e carregam referências de seu repertório de mundo, que interfere em suas práticas cotidianas.

A partir do momento que estão se relacionando em comunidade com outros atores sociais, eles transmitem seus hábitos, valores, modos e comportamentos. Acabam se tornando referenciais. A sociabilidade é uma construção histórica produzida coletivamente, envolvendo relações de poder e refletida em cada sujeito singular por diferentes mediações, expressando, assim, um ordenamento mais ou menos comum sobre as formas de sentir, pensar e agir.

Martin-Barbero (2003) coloca que por um bom tempo o estudo da comunicação a partir da cultura, do que ele chama de “verdade cultural”, importava menos do ponto vista epistemológico, para nos convencer que a comunicação se apresentava como teoria sociológica, semiótica ou informacional, sem relação direta com a cultura. O autor dá ênfase a sua tese de que era “necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo”. (MARTIN-BARBERO, 2003, p.289 e 290). Isso significa que o objeto é a ciência da comunicação estabelecendo diálogo com as relações culturais.

Segundo Martin-Barbero (2003), a comunicação e a cultura, em particular na América Latina, é um palimpsesto, uma espécie de um mosaico de representações, onde estão colocados em composição elementos culturais de diferentes classes, etnias e épocas. Essa composição se configura na mistura de raças que é a miscigenação latina americana. Um mosaico social que também se constitui pela mistura das culturas dos povos que compõe essa miscigenação.

Em Venha Ver/RN, município onde foi realizado a pesquisa de campo, a colocação de Martin-Barbero se dá como confirmação prática, pois a população do pequeno município, com pouco mais de 4 mil habitantes, é descendente de imigrantes holandeses de origem judaica⁵. E embora o tempo tenha se passado e a cultura nordestina faça parte dos costumes da comunidade, traços da cultura judaica ainda se fazem presente, sem que a população local se dê conta de tamanha influência em seu cotidiano cultural. Tudo isso é uma demonstração de

⁵Segundo informação fornecida pelo prefeito do município, Expedito Salviano, concedida em entrevista no momento da pesquisa de campo.

que a cultura é um agrupamento de percepções, composições e experiências armazenadas pelo tempo, que não pode ser ignorada e que resulta na aplicação da sociabilidade in loco.

É possível concluir que o processo de práticas cotidianas, tão inerentes ao meio e por vezes imperceptíveis numa primeira observação, são relações sociais tão naturais que para entendê-las é necessário se ater ao próprio processo, e exercitar o olhar epistemológico sobre as relações. Esta pesquisa se direciona à investigar o processo de produção de uma ação cultural, a prática audiovisual, buscando identificar os elementos presentes no processo que caracterizem o objeto em estudo.

A produção é uma etapa fundamental na composição da mensagem em um processo audiovisual, daí justifica-se a necessidade de pesquisas que analisem a produção, para compreender como acontece o processo comunicacional por completo.

Latour (1994) refere-se ao estudo científico como elemento de construção do processo “é preciso torná-la capaz de estudar as ciências, ultrapassando os limites da sociologia do conhecimento e, sobretudo, da epistemologia” (LATOURE, 1994, p.91).

O autor defende a pesquisa sem amarras, pois acredita que tudo é ciência e sociedade, não há como investigá-la separadamente, porque somos sujeitos híbridos. Ele ainda desenvolve um novo marco de análise sobre a ciência e a tecnologia, faz uma reflexão e crítica da sociologia da ciência convencional e de suas investigações empíricas nos campos científico e técnico, dizendo que não é na técnica que está a essência, para entender a ciência é necessário compreender o processo, pois é nele que faz a ciência, não somente no resultado, a técnica não está separada do sujeito.

Frente as reflexões de Latour (2003), observa-se que o processo de produção se constitui em certos momentos uma antropologia simétrica, pois faz parte do todo e ao mesmo tempo é o todo, se pensar que é no processo que a prática acontece e é única no instante que se faz, não há volta para a composição do discurso, da mensagem, do produto midiático.

Convém ressaltar como última reflexão sobre sociabilidade a colocação de Trigueiro (2008):

Os estudos em comunicação não podem mais ser desenvolvidos sem a indissociabilidade da cultura da mídia e da cultura popular. Comunicação e cultura devem ser estudadas juntas, porque representam realidades muito próximas, são campos multidimensionais e integrativos. O enfoque da pesquisa não é a comunicação e a cultura em si, mas as suas relações sociais presentes nos diferentes sistemas de convivência cotidiana das pessoas e dos grupos sociais. Na realidade, o que interessa é saber como a sociedade contemporânea faz uso das múltiplas formas de comunicação e das culturas ofertadas pelas redes midiáticas e os seus

[Digite texto]

cruzamentos com as redes de comunicação interpessoais que operam nas práticas da vida cotidiana. (TRIGUEIRO, 2008, p.30).

2.1.2 Etnografia

Para iniciar a reflexão sobre etnografia cabe ressaltar a colocação de Geertz (1987) a respeito do uso da investigação científica em uma sociedade:

(...) se você quer compreender o que é ciência, você deve olhar, em primeiro lugar, não para as suas teorias ou as suas descobertas, e certamente não para o que seus apologistas dizem sobre ela; você deve ver o que os praticantes da ciência fazem. (GEERTZ, 1987, p. 4).

Se for considerado o acompanhamento etnográfico numa produção audiovisual, é possível revelar que o ato de reconhecer os valores, costumes e crenças de uma sociedade é uma maneira de registrar a existência dessa sociedade. O produto midiático, por vezes, imprime o papel de legitimador do cotidiano, que é revelado por palavras, imagens e histórias. Sztuman (1997) resalta uma das defesas do antropólogo Rouch com relação à etnografia:

(...) pretende alcançar o conhecimento de outra cultura por meio de recusa de fórmula analítica, se opõe àqueles que realizam uma antropologia fundamentalmente teórica, pois para ele, quando se trata de etnografia, não existe teoria sem a sua prática. (SZTUMAN, 1997, pg.53).

Outra reflexão de Sztuman é sobre a posição de Flaherty com relação ao registro do cotidiano:

(...) a câmera participante de Flaherty, entranhada do cotidiano dos filmados, ganha movimento e manipulação, tornando possível a construção de um discurso associado à experiência. (SZTUMAN, 1997, pg.54).

É pela perspectiva do olhar etnográfico que documentaristas produziram seus registros do cotidiano, valorizando a relação com o outro, buscando o entendimento do discurso produzido por esse outro.

Assim, muitos realizadores munidos de uma câmera e de uma ideia na cabeça produziram excelentes documentários e revelaram histórias interessantes, antes escondidas. Certamente um dos mais importantes foi *O homem com uma câmera*⁶ do russo Dziga Vertov⁷,

⁶ *O Homem com uma Câmera* é um marco na história do cinema, como documentário *reflexivo*.

⁷ Dziga Vertov fez parte do movimento construtivista, escrevendo inúmeros artigos sobre a teoria do filme.

no qual um cinegrafista viaja documentando cenas da União Soviética no começo do século XX, e mostra o cotidiano das cidades e a intimidade de seus moradores. Esse filme nos revela o que McLuhan quis dizer quando afirmava que uma câmera filmando aumenta a agressão contra as pessoas, tornando obsoleta a privacidade.

A partir do momento que uma comunidade se coloca em prática social e exerce a função cultural de se auto revelar, por meio do uso de um mecanismo midiático (o vídeo documentário), os atores sociais que compõe a comunidade estão estabelecendo um diálogo etnográfico com sua própria cultura e praticando a sociabilidade entre seus pares.

Dentro do que se observa na pesquisa damos destaque a um conceito interessante: o cinema-verdade. Esse é o conceito cinematográfico que revolucionou a forma de produção documental nos anos 60, e imprimiu a maneira de fazer cinema de importantes documentaristas/cineastas como Jean Rouch. É o cinema sem portas nem janelas, com câmera na mão, cenários ao ar livre e produções de baixo custo, bem similar com a proposta de produção realizada no projeto do Coletivo CC&C.

No Brasil e no Nordeste há produções que seguem os moldes do cinema verdade, e o documentário é o formato mais utilizado. É interessante identificar que esse formato está bem presente nas produções feitas no RN, até porque são mais acessíveis em termos de custos, pois não requerem composição de elenco, roteiro definido e grandes equipes. Com isso ações de acesso à cultura audiovisual começam geralmente perpetuando o formato documentário.

O intuito dessa pesquisa é fazer uma breve reflexão sobre o audiovisual num processo social, a partir da análise da produção audiovisual em oficinas de vídeo que tem como resultado um vídeo documentário.

Registrar o “real” contando histórias se utilizando de mídias como o audiovisual é colocar em prática experiências próprias, embora se esteja contando a história do outro, fazendo um olhar sobre o outro, esse outro é construindo a partir do nosso olhar. Há um encontro dicotômico entre a teoria e a prática do contar uma história, pois se usa imagens e falas, e essas duas linguagens se complementam. De acordo com a reflexão de Renato Sztutman (1997) para Jean Rouch, prática e teoria, assim como etnografia e cinema, dão-se concomitantemente.

Nesse sentido, é salutar considerar a colocação de Geertz(1987) com relação a prática da etnografia em um espaço social:

[Digite texto]

(...) Fazer a etnografia é como tentar ler um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ,1987, p.7).

Porque “Compreender a cultura de um povo expõe a sua normalidade sem reduzir sua particularidade. (GEERTZ,1987, p.10)”.

Pensar o cotidiano e a cultura pelo prisma científico não é tarefa fácil, a colocação de Geertz(1987) com relação a isso justifica a problemática e traz uma certa clareza no tocante a relação da etnografia e a cultura:

(...) normalmente, não é necessário ressaltar de forma tão laboriosa que o objeto de estudo é uma coisa e o estudo é uma outra. Está bastante claro que o mundo físico não é a física...Todavia, como no estudo da cultura a análise penetra no próprio corpo do objeto – isto é, começamos com as nossas próprias interpretações do que pretendem nossos informantes, ou o que achamos que eles pretendem, e depois passamos a sistematizá-las. (GEERTZ,1987, p.7).

Ainda segundo o autor:

A análise cultural é (ou deveria ser) uma adivinhação dos significados, uma avaliação das conjeturas, um traçar de conclusões explanatórias a partir das melhores conjeturas e não a descoberta do Continente dos Significados e o mapeamento da sua paisagem incorpórea (GEERTZ,1987, p.11).

O estudo nem de longe tem a pretensão de se caracterizar como uma análise profunda no tocante a etnografia, a proposta aqui é encontrar subsidio nesse conceito para tentar compreender como se dá o encontro do agente cultural com o integrante da comunidade. E acredita-se que isso acontece quando o coletivo CC&C coloca em prática a ação de semear a cultura em comunidades.

2.1.3 Ativismo midiático

O ativismo midiático é uma terminologia ultimamente muito discutida no meio social e acadêmico. Parece algo novo, contudo antes de ser um termo é uma ação, por isso não tem esse caráter de total novidade. É na verdade uma ação que não era posta em evidência, embora na prática já venha sendo efetivada há tempos.

[Digite texto]

Foi escolhido para ser um viés nessa pesquisa porque os agentes culturais em estudo são praticantes do ativismo midiático no Rio Grande do Norte.

Ao se pensar uma intervenção social junto a uma comunidade usando mecanismos de apropriação midiática, de forma participativa e integrante do universo sociocultural é aplicar o conceito ativista, pois:

O ativista midiático se apropria da mídia para fazer o uso das suas informações como a finalidade de manter atualizado o seu papel de ator social no seu grupo de convivência, operando com as ofertas do mundo ficcional e do mundo real midiáticos. (...). É operador de ações socioculturais, detém domínio da vida urbana e rural, está em constante contato com os agentes estratégicos do domínio externo – do mundo lá de fora – através de processo de comunicação interpessoal ou de massa, de alianças e convivências motivadas pelos diferentes interesses. (TRIGUEIRO, 2008, p.108)

Trigueiro (2008), usando como referência práticas culturais da tradição nordestina, reflete o papel do ativismo no contexto midiático e demonstra que:

as práticas sociais da vida cotidiana são articuladas com os meios de comunicação social, que vão construindo outras atribuições da realidade e transformam os seus processos de produção cultural tradicional em produtos folkmediáticos, assim como os festejos juninos em Campina Grande (PB) e Caruaru (PE), a festa do Peão Boiadeiro em Barretos (SP), a festa do Boi em Parintins (AM), o Carnaval do Sambódromo no Rio de Janeiro, em Salvador (BA), Recife e Olinda (PE) entre tantas outras. (TRIGUEIRO, 2008, p.51)

O autor ainda chama atenção para o papel do *agente comunitário*, o sujeito social com habilidade de fazer a interlocução entre o coletivo comunitário e a competência de recepção dos símbolos midiáticos. Esses agentes sociais:

(...) atuam, não como transmissores de informação mas, como interlocutores – agentes comunitários –que facilitam a convivência entre os diferentes setores da comunidade, na apropriação e consumo dos bens materiais e simbólicos midiáticos. A sua maneira de analisar e interpretar os significados da sociedade de consumo converte-se em ganho de capital cultural da coletividade (TRIGUEIRO, 2008, p.106).

Os agentes comunitários definidos por Trigueiro (2008) podem ser atores sociais da própria comunidade ou atores “forasteiros” que chegam ao território cultural para colocar em prática sua ação ativista, a exemplo dos integrantes do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura quando realizam seus projetos.

[Digite texto]

Dessa forma, pode se considerar que os agentes sociais das oficinas de vídeo são agentes comunitários/interlocutores das narrativas do coletivo, porque esse agente social investigado ainda está em processo de apropriação do recurso audiovisual, para atuar como ativista midiático, ou seja, como um agente social que “detém os conhecimentos formais e atua no interior do sistema comunitário para estabelecer novas ordens socioculturais e está na comunidade prestando serviços para instituições públicas ou privadas” (TRIGUEIRO, 2008, p.108). E também é agente comunitário o sujeito que oferece esses meios de apropriação midiática porque:

Os ativistas midiáticos externos são os que detêm os conhecimentos formais e atuam no interior do sistema comunitário para estabelecer novas ordens socioculturais e estão na comunidade prestando serviços para instituições públicas ou privadas. Os dois sistemas estão imbricados em redes de sociabilidade e de negociações do global e local. (TRIGUEIRO, 2008, p.108)

O autor ainda reforça o valor da ação ativista esclarecendo:

Trata-se do “ativista midiático”, cuja função pode ser bivalente, tanto interpretando os conteúdos midiáticos para o consumo dos cidadãos do seu entorno quanto agendando os conteúdos folkcomunicaçãois no fluxo contínuo das indústrias culturais. (TRIGUEIRO, 2008, p.11).

Nesse sentido o ativismo se aplicar de forma bilateral no caso em estudo, ganhando mais importância, pois Trigueiro (2008, p.17) coloca que devemos valorizar “a pesquisa feita no interior em cidades com menos de 20 mil habitantes”, como no caso da pesquisa aqui realizada, que teve o estudo de campo no município de Venha Ver/RN, território escolhido para ação do Coletivo CC&C.

2.2 Por uma tentativa de democratizar a cultura audiovisual

A cultura necessita de fomento público ou privado para subsidiá-la, isso é um fato no Brasil, e não é diferente para o audiovisual. A necessidade de políticas públicas é condição essencial para que recursos existam e circulem permitindo o fluxo contínuo de produções, mas em decorrência da falta de políticas públicas permanentes, esse fluxo não existe. .

[Digite texto]

O que temos são incentivos fiscais dados às empresas para patrocinarem ações culturais (por meio de renúncia fiscal via leis de incentivo) e os editais públicos. Mas isso não é o suficiente, não garante o fluxo necessário para as produções culturais.

No tocante aos fomentos existentes para o audiovisual, há um pequeno crescimento de produção no âmbito nacional. Entretanto, existe um déficit histórico e cultural para produções realizadas fora do eixo Rio - São Paulo. A realidade no nordeste é bem tímida, segundo dados da SAV (Secretaria do Audiovisual) o percentual de propostas de incentivo fiscal da Lei Rouanet para região nordeste em 2011 foi de apenas 6%, enquanto para a região sudeste foi de 75%. De acordo com dados do CPC – Cadernos de políticas culturais:

As leis de incentivo federais por si mesmas não asseguram a produção cultural regional, alguns estados receberam poucos recursos das leis de incentivo federais, que se concentram no eixo Rio - São Paulo. As leis de incentivo fiscal foram elementos centrais no fomento às atividades culturais no Brasil dos anos 1990. Além das leis federais, atualmente em processo de discussão e de revisão no que refere aos critérios de acesso aos seus recursos e de seus mecanismos de operacionalização, os estados criaram mecanismos próprios de fomento baseados em renúncia de arrecadação de impostos e viram-se diante da possibilidade, presente nas propostas de reforma tributária, de ter suas leis de incentivos fiscais extintas. (SILVA, 2007).

Toda iniciativa de se criar mecanismo de estímulo a produção audiovisual independente é válida. Entretanto, não se isenta a responsabilidade do Estado de gerir políticas públicas culturais e mantê-las.

Mas frente à ausência do poder público em muitos lugares do Brasil, encontrar iniciativas independentes é muito importante; é demonstração de que a sociedade civil não está inerte às demandas e, mesmo diante das dificuldades, age e coloca suas práticas em ação, um exemplo é o Coletivo em estudo nesta pesquisa. Os projetos do Coletivo CC&C estão promovendo a democratização do audiovisual no interior do RN frente ao cenário hegemônico constituído. Ações que começam a ganhar espaço através da promoção extracomercial da indústria cinematográfica, como analisa a professora Lusvarghi (2010):

Atualmente, temos mais de cem festivais de cinema em todo país, num fenômeno incomparável dentro da própria América Latina, que criam um circuito de lançamento e distribuição paralelo ao oficial, levando filmes de ficção nacionais, documentários, a cidades que sequer possuem uma sala de cinema. As redes, estrangeiras e nacionais, de multiplexes, não têm interesse em abrir salas de cinemas de menos de 500 mil habitantes. E as salas de rua, como são chamadas estão fechando, inclusive nos grandes centros. (LUSVARGHI, 2010, p. 72)

[Digite texto]

O acesso às produções audiovisuais nacionais e às salas de cinemas na maioria das cidades do interior do Brasil não é possível, visto a falta de interesse comercial, restando somente a opção pelas salas itinerantes, a exemplo de projetos como o Cine Sesi Cultural⁸ e Cine Tela Brasil⁹ da Associação Tela Brasil.

No Rio Grande do Norte esse cenário não é diferente. Atualmente, nos 167 municípios do estado somente em dois deles existem salas de cinemas, na capital - Natal, e em Mossoró, segundo maior município do estado. Totalizando 29 salas de exibição comerciais distribuídas em quatro shoppings nessas cidades, três shoppings em Natal e um em Mossoró. Os outros 165 municípios não têm salas de cinema, ou porque nunca tiveram, ou pior, os tinham viram suas salas transformadas em lojas comerciais ou igrejas evangélicas, como aconteceu com as salas de cinema de rua que existiam em Natal. Os quatro cinemas de rua,¹⁰ localizados na região central da capital até os anos de 1990 foram transformados em lojas de departamento e o maior deles, em igreja evangélica, o Cine Rio Grande.

Mas na contramão dessa realidade estão ações como as executadas pelo o Coletivo CC&C, que por meio de suas oficinas de vídeo e mostra dos filmes resultados das oficinas, estimula a produção e a difusão da cultura audiovisual.

Os oito municípios potiguares assistidos (Venha Ver, Mossoró, Ielmo Marinho, Caiçara do Norte, São Bento do Norte, Angicos, Sitio Novo e Santa Cruz) pelas oficinas de vídeo ministradas pelo Coletivo já atenderam cerca de 280 pessoas (média de 30 participantes por oficinas), formando leitores do audiovisual, multiplicadores da linguagem e potenciais profissionais do setor audiovisual. Esses atores sociais são despertados para a economia criativa crescente, a partir do uso da cultura como capital de negócio.

É importante observar os IDHs¹¹ desses municípios, e refletir sobre as iniciativas de produtores independentes que podem auxiliar na melhoria desses índices.

⁸ Cine Sesi Cultural é um projeto mantido pelo Serviço Social da Indústria no Rio Grande do Norte - SESI-RN, com a realização de exibições de filmes em municípios do interior do estado, com população entre 10 e 80 mil habitantes, e onde não existem salas de cinema em funcionamento. (OLIVEIRA, 2012, p.13).

⁹ Cine Tela Brasil é a primeira sala de cinema do país que anda. Vai de periferia em periferia, cidade em cidade, levando cinema de graça para a população que não tem acesso às salas convencionais. Nas sessões do Cine Tela Brasil, grande parte do público vê o cinema pela primeira vez. Fonte: <http://www.telabr.com.br/cine-tela-brasil>

¹⁰ Os cinemas de rua eram: Cine Nordeste, Cine Rio Grande, Cine Panorama e o Cine Rio Verde.

¹¹ O IDH é medido a partir de três pilares considerados fundamentais para a qualidade de vida humana, que são acesso à saúde, a educação e a renda. Quanto mais próximo o valor do indicador for do número 1, maior será o nível de desenvolvimento humano do país ou região.

Quadro 7 – Demonstrativo dos IDHs dos municípios assistidos pelo Coletivo CC&C

| Municípios | IDH (Índice Desenvolvimento Humano) | Projetos CC&C – audiovisual |
|--------------------|--|--|
| Venha Ver | 0,544 | 2013 – Semeando Cultura |
| Mossoró* | 0,735 | <u>2011 - Mossoró Audiovisual</u> e 2010 - Curta_Mossoró |
| Ielmo Marinho | 0,590 | 2011 Semeando Cultura - |
| Caiçara do Norte | 0,631 | 2011 - III Semana BNB de Oficinas |
| São Bento do Norte | 0,643 | 2011 - III Semana BNB de Oficinas |
| Angicos | 0,636 | 2010 - II Semana BNB de Oficinas |
| Sítio Novo | 0,605 | <u>2009 - Um Olhar Sobre a Serra -</u> <u>Ciclo de Oficinas</u> |
| Santa Cruz | 0,655 | 2008 - I Semana BNB de Oficinas |

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da FEMURN – Federação dos Municípios do Rio Grande do Norte.

*Segundo maior município do RN –

Constata-se nos municípios observados que os índices estão numa situação mediana (variam de 0,544 a 0,655, com exceção de Mossoró), revelando que necessitam de mais investimentos.

Sabe-se que é dever do poder público suprir essas necessidades, mas contribuições da sociedade civil também são bem-vindas. É o que se propõem os projetos do Coletivo, fazendo ações em prol à democratização da cultura, auxiliando assim na melhoria da educação da região atendida.

Além da formação técnica em audiovisual, as oficinas resultam também em mostras de todas as produções realizadas. São sessões de cinema na rua ou em locais cedidos por entidades que colaboram com o evento, onde são exibidos os vídeos/filmes feitos pelos participantes das oficinas.

Essa é uma demonstração de uma ação que propicia a democratização da cultura, na qual dá acesso a quem nunca teve a oportunidade de ir ao cinema. E ainda tem um aspecto [Digite texto]

peculiar, os filmes exibidos são histórias relacionadas ao cotidiano social e cultural da comunidade. Assim, toda a cidade é contemplada e não somente quem participou das oficinas. As mostras são vistas em média por oitenta espectadores em cada seção.

Segundo Ana Lúcia Gomes (2011), integrante do Coletivo CC&C, “os projetos realizados tentam envolver as comunidades, o poder público e a iniciativa privada”, pois o objetivo do grupo é promover diálogos e incentivar políticas públicas para a valorização do patrimônio cultural do Rio Grande do Norte.

Martinez (2005) põe em pauta o papel da democracia no audiovisual provocando o pensar sobre por um aspecto sociocultural:

Não queremos tampouco restringir o neoliberalismo a uma ameaça à diversidade audiovisual. A questão superior é entender e respeitar o poder simbólico, aprender como combater e prevenir as formas deliberadas de seu controle. Buscar alternativas para neutralizar ou prevenir este possível controle, no plano individual e coletivo. As soluções, ainda não são as conhecemos. Mas os caminhos passam, inevitavelmente, pela articulação civil, pela reorganização econômica e por políticas culturais agressivas em relação ao direito à diversidade cultural, simultaneamente nas esferas internacional e local. (MARTINEZ, 2005, p.54)

Depoimentos como o que segue falando da experiência de um dos projetos do Coletivo, o Mossoró Audiovisual, justificam a prática de produtores independentes em busca da democratização da cultura e do audiovisual::

Nossos resultados revelam que a identidade cultural do mossoroense manifestada em outras expressões culturais, como o teatro, a dança e a música, servem com principal dispositivo de aceitação e apropriação do vídeo como instrumento de registro, mas também de reflexão sobre a cultura local. Para o grupo CC&C, que tem como objetivo estimular a reflexão sobre nossa cultura, utilizando para isso conceitos e veículos de comunicação e artes visuais focadas no vídeo, o projeto teve um retorno positivo e estimulante, além de reunir material para pesquisas em diversas áreas do conhecimento. (GOMES, 2011).

Usar o audiovisual como mecanismo de conscientização sociopolítica é válido e é uma reflexão prática da utilização desse produto midiático, porém há dificuldade de se ampliar sua utilização no Brasil, e mais ainda difícil no nordeste:

(...) negligenciamos o fato de que nas atuais circunstâncias o mercado audiovisual não tem condições de se auto-regular e de se autodiversificar. Apesar de todos os esforços, o capital cultural audiovisual no Brasil ainda está centralizado e longe de pertencer democraticamente aos brasileiros, que permanecem à mercê de hegemonias econômicas e simbólicas. (MARTINEZ, 2005, p.62).

2.3 Fomentos para as produções culturais – editais e leis de incentivo

O propósito desse texto é buscar o entendimento no que se refere aos fomentos públicos existentes nos âmbitos nacional, estadual e municipal. Iniciando a reflexão sobre o tema é interessante ressaltar a importância da democratização já discutida no texto anterior, para isso chama-se a atenção à fala do ex-ministro da cultura, Juca Ferreira, no tocante a ação de políticas públicas:

Criar, fazer e definir obras, temas e estilos é papel dos artistas e dos que produzem cultura. Escolher o que ver, ouvir e sentir é papel do público. Criar condições de acesso, produção, difusão, preservação e livre circulação, regular as economias da cultura para evitar monopólios, exclusões e ações predatórias, democratizar o acesso aos bens e serviços culturais, isso é papel do Estado. (Informação verbal¹²).

A própria constituição define a participação do Estado na promoção e acessibilidade à cultura:

O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes de cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais (EC nº 48/2005).
 § 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:
 (...) II – produção, promoção e difusão de bens culturais;
 (...) IV – democratização do acesso aos bens culturais (Art 215, Constituição da República Federativa do Brasil, 1988, p.139)

É fato reconhecer o dever do Estado com relação à democratização da cultura, mas também é relevante ressaltar que para o poder público ter uma ação responsável e em fluxo contínuo é necessário possuir um mecanismo bem articulado, que favoreça o funcionamento da máquina pública. Para isso, a construção de uma política cultural seja em âmbito nacional, estadual e municipal é condição fundamental, e assim de tudo com a participação dos atores sociais atuantes na área. .

Celso Furtado (2012), economista e defensor da cultura brasileira, em suas reflexões sobre política cultural define como deveria ser a aplicação de políticas comprometidas com a acessibilidade e a democratização da cultura:

¹²Trecho de discurso em solenidade/maio de 2011. Fonte: <http://www2.cultura.gov.br/site/2009/05/12/discurso-do-ministro-da-cultura-juca-ferreira-na-solenidade-de-posse-da-diretoria-do-instituto-brasileiro-de-museus/>
 [Digite texto]

A política cultural consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade. Ela pressupõe um clima de liberdade e a existência de uma ação abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social. Essas são condições necessárias para que a atividade cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste e desabroche o gênio criativo dos indivíduos. Mas não são condições suficientes para que se obtenha um desenvolvimento cultural. Igualmente necessária é uma ampla difusão dos valores, a fim de que estes se incorporem efetivamente ao viver da população. Cumpre, igualmente, ter em conta que os bens culturais são, como referência, frágeis e sua destruição, irreparável. (FURTADO, 2012, p.64)

Furtado (2012) ainda destaca o compromisso que o Estado precisa ter com a sociedade no tocante a preservação da identidade cultural:

Também cabe ao Estado apoiar seletivamente as distintas formas de produção cultural, sem interferir na criatividade artística. Na ausência desse apoio, muitas das iniciativas surgidas no mundo das artes cênicas, plásticas, musicais e literárias estarão condenadas a frustrar-se, ou a permanecer circunscritas a reduzidos espaços sociais. Por outro lado, a grande indústria da cultura adquire peso crescente, com reflexos nem sempre positivos no processo de produção e difusão cultural. A comunidade de criadores culturais deve encontrar no Estado o suporte que lhe permita debater esses problemas a fim de contribuir para a preservação da identidade cultural do país. (FURTADO, 2012, p. 104).

O incentivo cultural destinado ao estímulo, à produção e à difusão da cultura por parte do Estado no Brasil é algo ainda bastante discutido. Colocações como a de Furtado (2012) são relevantes e devem ser perpetuadas. Até porque a ausência de uma política cultural definida e unificada dificulta a implantação de ações contínuas e efetivas para a cultura. É necessário que o Plano Nacional de Cultura¹³ ocupe de fato seu papel de agente legal na condução de uma política pública comprometida e eficiente em todo território nacional.

Apesar de leis instituídas há tempos e demandas culturais em evidências, a política cultural nacional ainda não tomou um corpus único. Está se vivendo um processo de estruturação quase que permanente, e ter instrumentos legais no âmbito regional ainda é algo complicado, pois os Estados não estão preparados para isso. Esse é o principal motivo pelo qual as leis estaduais e municipais não atendem por completo as necessidades da cena cultural.

¹³O Plano Nacional de Cultura (PNC), instituído pela Lei 12.343, de 2 de dezembro de 2010, tem por finalidade o planejamento e implementação de políticas públicas de longo prazo (até 2020) voltadas à proteção e promoção da diversidade cultural brasileira. Diversidade que se expressa em práticas, serviços e bens artísticos e culturais determinantes para o exercício da cidadania, a expressão simbólica e o desenvolvimento socioeconômico do País. Fonte: <http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc->
[Digite texto]

Para melhor entender o que de fato são as implicações das Leis de incentivo, buscou-se no Dicionário Crítico da Política Cultural a definição que Coelho (1997) coloca sobre o tema:

O incentivo cultural, ou incentivo fiscal à cultura, assume frequentemente a forma a forma de deduções nos impostos devidos por indivíduos (pessoas físicas) ou empresas (pessoas jurídicas) como compensação por gastos efetuados com o apoio a práticas culturais. São três as principais modalidades cobertas pelos incentivos:

1. doação: transferência de recursos aos produtores culturais (ou empreendedores) para a realização de obras ou produtos culturais sem que haja, por parte do incentivador, interesses promocionais, publicitários ou de retorno financeiro;
2. patrocínio: transferência de recursos a produtores culturais para a realização de obras ou produtos de cultura com finalidades promocionais, publicitárias ou de retorno institucional;
3. investimento: transferência de recursos a produtores culturais para a realização de obras ou produtos de cultura com a intenção de participação nos eventuais lucros financeiros. (COELHO, 1997, p. 214).

Os mecanismos acima demonstram que se tivéssemos políticas públicas organizadas num sistema estruturado poderíamos ter uma cultura subsidiada pelo Estado. Contudo a realidade é bem outra. Nada muito simples de ser colocado em prática, principalmente num país de território continental e diferenças sociais significativas, que impactam na implantação e a manutenção de ações desse porte.

Trazendo para a realidade vivenciada no Rio Grande do Norte constata-se também a ausência de uma política cultural estruturada. Há sérias dificuldades por incentivos e subsídios à cultura no estado, nas mais diversas instâncias culturais, entre elas, a produção audiovisual. Sem falar nos processos sem sucesso como alguns editais¹⁴ que não foram pagos até os dias atuais, tanto pelo executivo estadual como pelo municipal. Fatos que decepcionam a categoria e desestimula a produção.

É um demonstrativo de que a participação do Estado no processo de democratização e acessibilidade à cultura é de fundamental importância. As leis de incentivos e editais regionais existentes são insuficientes para atender a demanda.

¹⁴O Edital do Prêmio Willam Cobbet para produções audiovisuais foi realizado em 2009 pela Secretaria Extraordinária de Cultura do Estado/ Fundação José Augusto e selecionou 4 projetos de R\$ 20 mil cada, mas ainda não foram pagos. Fonte: TN dez/2011 http://tribunadonorte.com.br/print.php?not_id=206794 e TCC de Erica Lima - 2013.

FIC - Fundo de Incentivo à Cultura do município do Natal previsto em Lei municipal de n.º 5.760, de 30 de dezembro de 2006, no ano de 2011 os R\$ 400 mil previstos para o edital do FIC 2011 não foram empenhados pela prefeitura, por isso os projetos aprovados nesta edição não foram pagos. Fonte: TN jun 2011 http://tribunadonorte.com.br/news.php?not_id=222997

[Digite texto]

Segue abaixo um quadro demonstrativo revelando de maneira sintética as formas de fomentos existentes por meio de editais e leis. Destacando as principais leis vigentes de incentivo à cultura no Rio Grande do Norte:

QUADRO 8 - Tipos de fomentos culturais

| | |
|---|--|
| <p>Editais culturais: mecanismos de incentivo e promoção da cultura por meio do instrumento edital público. Ferramenta que oferece recursos ou meios para execução de alguma ação e/ou produto cultural.</p> | <p>Públicos:</p> <p>Ex: Petrobras, BNB, MINC, SAV, Prefeituras e Governos.</p> <p>Privados:</p> <p>Ex: Itaú Cultural; Oi;Unimed;</p> |
| <p>Leis de incentivos: São mecanismos de incentivo oferecidos a produtores culturais por meio do Incentivo Fiscal. Este acontece quando algum ente federativo (Município, Estado, Distrito Federal ou União Federal) concede a alguém a possibilidade de obtenção de vantagens, recursos ou condições especiais, para a prática de algo definido em Lei.</p> | <p>Nacional:</p> <p>Lei Rouanet - Lei Federal nº 8313/ dez de 1991. Institui políticas públicas para a cultura nacional, como o PRONAC - Programa Nacional de Apoio à Cultura. Chama-se Lei Rouanet em homenagem a Sérgio Paulo Rouanet, diplomata e ex-secretário de cultura do governo Collor, responsável pela criação da lei. Segundo o pacote de medidas propostas por Roaunet, os bens culturais poderiam ser financiados de três maneiras: Fundo Nacional de Cultura (FNC); Fundos de investimentos culturais e artísticos (Ficart); Incentivos a Projetos Culturais.</p> <p>Lei do Audiovisual - A Lei do Audiovisual é a Lei Federal de nº 8.685/93 que visa o investimento na produção e co-produção de obras cinematográficas e audiovisuais e infra-estrutura de produção e exibição. Prevista originalmente para vigorar até o exercício fiscal de 2003, foi prorrogada por mais 20 anos por meio da medida provisória de n.º 2.228 de 2001.</p> <p>Estadual – Lei Câmara Cascudo</p> <p>A Lei Estadual de nº 7.799, de 30 de dezembro de 1999 para incentivo à cultura, é baseada em desconto de 2% sobre o ICMS. O teto é de R\$ 6 milhões. Tem a finalidade de promover o incentivo à pesquisa, ao estudo, à edição de obras e à produção das atividades artístico-culturais; aquisição, manutenção, conservação, restauração, produção e construção de bens móveis e imóveis de relevante interesse artístico, histórico e cultural, campanhas de conscientização, difusão, preservação e utilização de bens culturais e instituição de</p> |

[Digite texto]

| | |
|--|--|
| | <p>prêmios em diversas categorias.</p> <p>Municipal - Lei Djalma Maranhão</p> <p>Lei Municipal de nº 4.838/97 do município do Natal. Tem por objetivo incentivar à cultura por meio de Renúncia Fiscal, no qual o poder executivo Municipal abre mão da cobrança do percentual dos impostos Sobre Serviço (ISS) e Predial e Territorial Urbano (IPTU), para que a iniciativa privada passe a investir na cultura local.</p> <p>Lei Vingt-un Rosado</p> <p>Lei Municipal Complementar de n.º 016/2007 do município de Mossoró. Tem por objetivo promover e incentivar a produção cultural utilizando parte da arrecadação do município pela Renúncia Fiscal.</p> |
|--|--|

Fonte: Elaboração própria com base em dados dos sites do MINC, Governo do RN, Prefeitura do Natal e Prefeitura de Mossoró.

A conclusão a que se chega é que a caminhada ainda é longa para que se tenha uma política cultural real e comprometida, de Estado e não de Governo. É essencial que a sociedade civil esteja organizada, comprometida e engajada na promoção e acesso à cultura; cobrando dos governos políticas públicas e fiscalizando a manutenção delas.

Para encerrar a reflexão feita no decorrer deste capítulo fica o comentário da pesquisadora Marson (2009) sobre o papel dos financiamentos à cultura por parte do público e do privado:

O modelo de financiamento da produção cinematográfica adotado pelo Estado através das leis de incentivo à produção cultural e ao cinema (Lei Rouanet e do Audiovisual) apresentava, desde sua elaboração, a intenção de deixar a responsabilidade da escolha dos filmes a serem realizados nas mãos do mercado, sem interferir nos critérios utilizados, nem privilegiar enfoques, temáticas ou profissionais. Partindo da ideia de que o Estado deve gradualmente abandonar o investimento direto da cultura – e que esta deve manter-se como qualquer área de produção – foi elaborada uma legislação de isenção fiscal provisória, prevista para vigorar por um período de dez anos, prazo considerado suficiente para que a produção cinematográfica se tornasse autossuficiente. Mas essa legislação, ao permitir que as empresas não invistam diretamente e ainda possam obter retorno financeiro, acabou gerando uma distorção em seus objetivos, já que não estimulou o campo cinematográfico e nem o mercado a buscarem lucros com o cinema, pois em caso de prejuízo este é do Estado, e em caso de lucro este é dos investidores particulares. E aí está a grande contradição: não se criou condições para tomar o cinema autossustentável, investindo na industrialização do setor, mas apenas se estimulou a produção via renúncia fiscal. Sem se transformar em uma atividade autossustentável, a probabilidade do cinema tornar-se um investimento direto das empresas é muito pequena. (MARSON, 2009, p.119).

3. PROCESSO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL POTIGUAR

3.1 Compreendendo o processo de produção audiovisual do Coletivo CC&C

Dando início à fase analítica da pesquisa, este capítulo será de exposição metodológica, análise empírica do campo e demonstração dos resultados obtidos no diagnóstico dos dados pesquisados.

O estudo realizado foi feito a partir da aplicação da metodologia hipotético-dedutiva adotando o procedimento de estudo de caso e observação participante, numa abordagem qualitativa.

Utilizou-se como critérios para a análise os seguintes itens: avaliação do conteúdo fornecido pelo Coletivo desde a idealização do projeto, concepção das ações a serem realizadas, inscrição no processo seletivo do edital BNB Cultural 2012, condições exigidas pelo edital para participação da seleção, obtenção dos recursos, e execução do projeto na prática.

A escolha desses critérios se deu em virtude da relação que a pesquisa tem com o processo, mecanismo importante da pesquisa científica em área social, já defendida por Trigueiro (2008), que comenta a respeito das etapas de processo sociocultural dentro da sociedade e num contexto local:

A produção e a circulação de bens culturais industrializados só são compreendidas se estudadas nas diferentes etapas do processo que constrói a sociedade moderna, no seu contexto específico, ou seja, voltado para a realidade local do objeto estudado. (TRIGUEIRO, 2008, p.31)

Em linhas gerais, para este estudo cabe análise semelhante à colocada por Trigueiro(2008), pois é fundamental a observação sobre o processo, uma vez que se investiga uma comunidade que recebe interferência de agentes culturais externos ao seu cotidiano e convívio.

Outro aspecto a ser considerado é abordagem etnográfica conduzida pela a observação participante, pois “ o objetivo da etnografia em relação aos textos culturais é [Digite texto]

discernir como “o público” se relaciona a tais textos e determinar como os significados hegemônicos são produzidos, distribuídos e consumidos” (ANGROSINO, 2009, p 28).

Tomando como ponto de vista as mudanças que estimulam as novas formas de apropriação midiática, podemos considerar que esta pesquisa empírica se insere na perspectiva qualitativa da pesquisa social. Como opção mais adequada a estratégia de metodologia de “estudo de caso” (YIN, 2010) mostrou-se apropriada para esse estudo ao proporcionar meios para análise do processo de produção de comunicação alternativa, por meio de recurso audiovisual. Ação promovida pelo Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura no interior do Rio Grande do Norte através da oficina de vídeo digital, ministrada no município de Venha Ver/RN. A atividade se dá dentro de um projeto de política pública de inclusão sociocultural, fomentado pelo edital público do Programa Banco do Nordeste de Cultura Edição 2012.

. “A essência de um estudo de caso é que ele tenta iluminar uma decisão ou um conjunto de decisões: por que elas são tomadas, como elas são implementadas e com que resultado” (YIN, 2010, p.38). O espaço da oficina de vídeo foi observado como local de práticas sociais embrionárias, que mostram o desenvolvimento das modificações das ações que geram novas práticas sociais, culturais e comunicacionais; bem como registram e dão visibilidade às ações e às criações dos integrantes da comunidade.

Tem-se que esclarecer o conceito de oficina cultural, já que a pesquisa lança observação sobre essa prática. Para isso, é importante refletir sobre a significação social que exerce uma oficina cultural em um território. De acordo com Coelho (1997) tal prática:

Designa não tanto um lugar quanto um tipo de atividade, desenvolvida em diferentes modalidades de espaço cultural (centros de cultura, museus, bibliotecas ou edifícios especialmente construídos ou adaptados para essa finalidade) e de diversificada natureza: cursos, palestras, conferências, seminários, etc. De uma oficina cultural não sai necessariamente um produto ou obra cultural (uma peça de teatro, um filme, um livro); seu objetivo é disseminar informações, para um público profissional ou amador, que levem à realização de obras culturais. (COELHO, 1997, p.280).

Cabe frisar que o exercício de entender como se dá a prática social exercida pelo grupo em estudo é tarefa para uma pesquisa mais profunda e extensa, visto que o tempo disposto para essa investigação não é adequado à necessidade empírica e epistêmica que demanda tal pesquisa. É fundamental esclarecer que o intuito aqui é explanar de forma reflexiva sobre a atuação do grupo em estudo.

[Digite texto]

A prática do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura segue uma abordagem de atuação que referencia a prática etnográfica. De acordo com Geertz (1987):

O etnógrafo “inscreve” o discurso social: ele o anota. Ao fazê-lo, ele o transforma de acontecimento passado, que existe apenas em seu próprio momento de ocorrência, em um relato, que existe em sua inscrição e que pode ser consultado novamente. (GEERTZ, 1987, p.14)

Todo processo se inicia a partir da concepção de uma ideia, da idealização do projeto sociocultural desenvolvido pelo Coletivo CC&C. O grupo é formado por profissionais da comunicação, por esse motivo o viés comunicacional do projeto é característico, mas eles imbricam a comunicação com a cultura de maneira a estabelecer uma abordagem dialética da ação.

Para descrever de forma clara e objetivas as fases do processo de realização do projeto de oficina de vídeo do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura, optou-se usar o recurso de um quadro demonstrativo:

QUADRO 9 – Processo de realização de projeto do Coletivo CC&C

| | |
|-------------------------|--|
| Idealização do projeto | O grupo em reunião escolhe o projeto a ser desenvolvido. No caso em estudo, o projeto Semeando Cultura que consiste em: Realizar de uma temporada de oficinas (rádio, vídeo, fotografia e literatura de cordel) no município de Venha Ver, interior do Rio Grande do Norte, em janeiro de 2013, envolvendo diretamente 120 jovens e adultos. |
| Objetivos estabelecidos | Desenvolver ações culturais que permitam a capacitação técnica e contribua para o resgate da cultura buscando a identidade local. As técnicas de cada oficina enfocam a tradição cultural do município. No encerramento do projeto é realizado um festival de cultura com exposição de fotografias dos alunos, a distribuição de cordéis, apresentação de artistas locais, além da exibição de um vídeo-documentário produzido durante o projeto. Oficina de vídeo: Capacitar os participantes para a produção e realização de vídeos (com ênfase na cultura popular do município). Os participantes têm a oportunidade de produzir um vídeo durante a oficina com registros dos patrimônios culturais do município. |
| Metodologia aplicada | Ao decidir que ação será executada, o grupo elabora um projeto cultural e o submete à inscrição em edital público, no caso em estudo, foi submetido ao Programa BNB de Cultura – Edição 2012. Neste edital o projeto Semeando Cultura foi inscrito na categoria Artes integradas, que se adequava melhor a proposta do projeto que era desenvolver ações culturais simultaneamente durante uma semana em um município do estado. |

[Digite texto]

| | |
|--------------------|---|
| | <p>Foi escolhido o município de Venha Ver/RN, utilizando como critério IDH – Índice de Desenvolvimento Humano. Venha Ver foi identificado como o IDH mais baixo do estado no ano de 2012.</p> <p>A coordenação do projeto organiza toda ação para que as oficinas propostas aconteçam simultaneamente durante uma semana. Com isso vai ao município uma semana antes do evento, para promover a divulgação e realizar as inscrições das oficinas.</p> <p>Durante a semana de realização do projeto todos os oficinairos ficam hospedados na cidade, numa ação de integração com o território e envolvimento cultural com a população.</p> |
| Resultados obtidos | <p>Promoção da cultura local; Acessibilidade a técnicas e equipamento de promoção à cultura; Confecção de produtos culturais resultantes das oficinas Integração da população em evento final, que compartilha as produções realizadas durante a semana.</p> |

Fonte: Elaboração própria com base nos dados fornecidos pelo Coletivo CC&C.

Durante a semana de aplicação do projeto integrei-me aos componentes do Coletivo CC&C, e isso facilitou o desenvolvimento da observação empírica junto à comunidade.

A investigação em campo buscou-se identificar as dimensões mais significativas no processo de maneira que revelasse a ação de prática social e cultural dialogando com a práxis comunicacional. Embora estivesse inserida fisicamente no meio da prática do objeto, procurou-se estabelecer um distanciamento seguro para manter a mínima isenção necessária ao pesquisador em campo. De acordo com Geertz (1987):

Normalmente, não é necessário ressaltar de forma tão laboriosa que o objeto de estudo é uma coisa e o estudo é uma outra. Está bastante claro que o mundo físico não é a física... Todavia, como no estudo da cultura a análise penetra no próprio corpo do objeto – isto é, começamos com as nossas próprias interpretações do que pretendem nossos informantes, ou o que achamos que eles pretendem, e depois passamos a sistematizá-las. (GEERTZ, 1987, p.11)

Tendo a finalidade de apoiar as interpretações conclusivas a partir da coleta de dados, usou-se alguns mecanismos de registro do cotidiano da oficina. Foram fotografadas e filmadas as aulas de roteiro, produção e filmagens do vídeo documentário “Pouca água, e muita fé”, definido como produto final da oficina de vídeo, e que teve como tema o cotidiano da seca na região. A temática foi escolhida depois de uma roda de exposição de referenciais culturais da [Digite texto]

própria região, e essa provocação foi feita pelaicineira com o intuito de despertar na turma o entendimento de uma identidade cultural relacionada com seu cotidiano.

Também se criou um diário de campo com anotações sobre a forma como o grupo se movimentou dentro do processo da oficina, e como oicineiro se relacionou com as respostas comportamentais da turma.

Esta condução ajudou a compreender como o participante se apropria do recurso audiovisual na produção do vídeo, e sua relação com o conteúdo agenciado peloicineiro. Na oficina em estudo aicineira foi a jornalista e professora universitária, Ana Lucia Gomes.

Sendo assim, identificou-se que a cultura popular recriada pelo Coletivo CC&C através da ação cultural midiática apresenta novas significações; que são proporcionadas pela produção colaborativa e pela dinâmica do compartilhamento de saberes. Saberes esses, já existentes naquele território cultural, o que nos permite concluir que entre a lógica de produção de um vídeo e o uso que se faz dele, está a prática social midiática, que é uma estratégia de comunicabilidade e sociabilidade (MARTIN-BARBERO, 2004).

Outros aspectos a serem relacionados e direcionados são os critérios estabelecidos pelo edital do Programa Banco do Nordeste de Cultura (BNB Cultural) para aprovação de projetos culturais. O Coletivo CC&C se utiliza do mecanismo de fomento via edital público, no caso, o edital do BNB Cultural. É interesse conhecer de forma sintética os critérios adotados pela instituição para contemplar os proponentes, visto que essa ação é de fundamental importância ao processo de produção das oficinas idealizados pelo Coletivo CC&C. Dessa forma, abaixo será relacionado num quadro os principais pontos que norteiam o edital, sem mais detalhes, porque o documento na íntegra está disponível nos anexos deste trabalho.

QUADRO 10 – Principais critérios do edital do Programa BNB de Cultura

| | |
|--------------|---|
| Apresentação | <p>O Programa Banco do Nordeste de Cultura foi criado pelo Banco do Nordeste em 2005, com o objetivo de democratizar o acesso aos recursos disponíveis para financiamento de ações culturais, desenvolvidas em benefício da Região Nordeste, norte de Minas Gerais e norte do Espírito Santo¹. Durante suas sete edições foram patrocinados 1.371 projetos, beneficiando diretamente 350 municípios.</p> <p>O Programa Banco do Nordeste de Cultura vem priorizando a cultura do Nordeste e a do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo, considerando que estão inseridas na cultura brasileira e universal.</p> |
|--------------|---|

[Digite texto]

| | |
|-------------------|---|
| | <p>O Programa foi estruturado tendo como base quatro princípios básicos: interesse da região, uma vez que o Banco do Nordeste é o principal órgão do Governo Federal para o desenvolvimento do Nordeste; acesso democrático a todos que fazem parte da cadeia produtiva da cultura, com igualdade de possibilidades; transparência do processo de seleção, oferecendo a todos as informações acerca dos critérios de seleção e da metodologia de análise; e finalmente, acompanhamento que permita o cumprimento dos objetivos de cada ação e do programa como um todo.</p> |
| Objetivo | <p>* Investir recursos financeiros do BANCO DO NORDESTE e do BNDES, disponíveis para a cultura, em atividades de interesse da Região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;</p> <p>*Promover a democracia cultural mediante a participação da comunidade na produção e/ou fruição das ações culturais apoiadas pelo BANCO DO NORDESTE e BNDES;</p> <p>*Promover e proteger a diversidade das expressões culturais da Região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;</p> <p>*Apoiar prioritariamente a realização de projetos culturais que estão fora da evidência do mercado e que contemplem a cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;</p> <p>*Promover a realização de projetos culturais nos municípios da área de atuação do BANCO DO NORDESTE menos providos de atividades relacionadas à cultura;</p> <p>*Consolidar a imagem do BANCO DO NORDESTE e do BNDES como empresas socialmente responsáveis, atuando no processo de patrocínio cultural de forma profissional e ética, visando ao desenvolvimento sustentável da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo.</p> |
| Requisitos | <p>Quanto à personalidade – atender a uma das seguintes opções:</p> <p>*Ser Pessoa Física;</p> <p>*Ser Pessoa Jurídica de Direito Público Interno: pertencente à esfera administrativa Federal, Estadual ou Municipal; autarquias, inclusive as associações públicas; ou demais entidades de caráter público criadas por lei. As Universidades somente poderão se inscrever através de suas fundações.</p> <p>*Pessoa Jurídica de Direito Privado: sem fins lucrativos(instituição de educação, instituição de assistência social, instituição de caráter filantrópico, recreativo, cultural ou científico); ou demais instituições com fins lucrativos (sociedades, empresas, cooperativas, tais como produtoras, empresas especializadas na execução de projetos culturais, etc.) ou empreendedores individuais.</p> |
| Linhas de atuação | <p>O Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES patrocinará com recursos do BANCO DO NORDESTE e</p> |

[Digite texto]

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>BNDES projetos inscritos nas áreas de MÚSICA, LITERATURA, ARTES CÊNICAS, DANÇA, ARTES VISUAIS, AUDIOVISUAL, PATRIMÔNIO e ARTES INTEGRADAS.</p> <p>O Coletivo CC&C optou por ser proponente na linha de atuação Artes integradas devido à multiplicidade de oficinas oferecidas no projeto Semeando Cultura:</p> <p>ARTES INTEGRADAS OU NÃO ESPECÍFICAS Na área de Artes Integradas ou Não Específicas, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem projetos classificados em mais de uma categoria artística, de forma integrada; ações que tenham como foco o acesso ao consumo de bens e produtos culturais; pesquisa e execução de propostas artísticas; e ações que permitam a continuidade no exercício da profissão artística.</p> |
| Habilitação de projetos | <p>Todos os projetos inscritos passarão por uma análise técnica objetivando a habilitação para a fase de seleção. Serão considerados desabilitados projetos que apresentarem as seguintes inconsistências:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valor do patrocínio solicitado ao Programa acima do limite determinado em Edital; 2. Valor do patrocínio solicitado ao Programa abaixo de 30% (trinta por cento) do valor total do projeto, na área de Audiovisual; 3. Ausência de preenchimento do item 3 do Formulário de Inscrição - Pessoa Física, Currículo da Pessoa Física, para casos em que o proponente se identifique como tal; 4. Ausência de preenchimento ou preenchimento incorreto do item 3 do Formulário de Inscrição - Pessoa Jurídica, Histórico da Pessoa Jurídica, para casos em que o proponente se identifique como tal; 5. Ausência, no orçamento, da previsão de impostos previstos por lei – somente para o caso de pessoas físicas e instituições com fins lucrativos, sociedades, empresas, cooperativas ou empreendedores individuais; |
| Seleção do projeto | <p>Para seleção dos projetos habilitados a serem contemplados pelo Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES, serão considerados os seguintes critérios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade técnica e/ou artística; 2. Atendimento aos interesses da comunidade e/ou desenvolvimento de ações que promovam a acessibilidade e a formação de plateias; 3. Ações e investimentos dos recursos financeiros voltados prioritariamente para municípios da área de atuação do Banco do Nordeste (região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo), menos providos de atividades culturais; 4. Formação ou aperfeiçoamento profissional; 5. Viabilidade físico-financeira e condições de |

[Digite texto]

| | |
|---------------------|--|
| | <p>sustentabilidade;</p> <p>6. Ineditismo da proposta; e</p> <p>7. Potencialidade de consolidação da imagem do BANCO DO NORDESTE e do BNDES junto à sociedade.</p> |
| Prestação de contas | <p>Todos os beneficiados deverão apresentar relatório final, conforme modelos disponibilizados no site institucional do BANCO DO NORDESTE (www.bnb.gov.br/cultura), no prazo máximo de 30 (trinta) dias após conclusão de todas as fases, contendo as seguintes informações:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Detalhamento das despesas realizadas, com cópia das respectivas notas/cupons fiscais e recibos (para fornecedores de natureza jurídica); *Detalhamento das despesas realizadas, com cópia dos respectivos recibos discriminados, em que devam constar, ainda, RG, CPF, nome e endereço completos do fornecedor (para prestadores de natureza física); *Público atingido, classificado quantitativa e qualitativamente; *Número de profissionais envolvidos e funções desempenhadas; *Reprodução de todas as peças de divulgação, promoção e distribuição; e *Cópias das matérias publicadas na mídia impressa (jornais e revistas) e eletrônica (rádio, televisão e Internet). <p>O Formulário de Avaliação e Prestação de Contas e seus anexos deverão ser entregues na sede do Centro Cultural Banco do Nordeste-Fortaleza ou enviados pelo correio, como correspondência registrada com Aviso de Recebimento - AR, em envelope devidamente identificado.</p> |

Fonte: Elaboração própria com base no Edital do BNB Cultural edição 2012

Frente aos dados acima relacionados identificou-se que, para ser contemplado, o Coletivo CC&C teve que adequar seu projeto aos mecanismos definidos pelo edital. Isso implica restrições, até mesmo na composição estrutural do projeto, o que pode limitar a atuação dos agentes culturais no território. Por exemplo, um dos requisitos é “a potencialidade de consolidação da imagem do Banco do Nordeste e do BNDES junto à sociedade”, caso o projeto não esteja de acordo com essa diretriz pode deixar de ser contemplado, por não conseguir atingir um público alvo determinado pela instituição.

Isso nos provocar a reflexão no tocante ao exercício da sociabilidade em um projeto cultural: onde está o compromisso com a sociabilidade dentro do território cultural diante de diretrizes restritivas? Há mesmo a necessidade de tê-las? Pode haver um processo de acessibilidade a recursos de fomentos sem requisitos restritivos?

[Digite texto]

Contudo, as respostas para esses questionamentos não cabem na pesquisa em curso, pois necessitaria de mais elementos para aprofundar a reflexão a respeito. Esse estudo pretende entender como os integrantes do Coletivo CC&C lidam com essas implicações no processo de produção das oficinas ministradas pelo grupo.

3.2. A experiência da oficina de vídeo no município de Venha Ver/RN

O município de Venha-Ver, a 463 quilômetros de Natal, recebeu em janeiro de 2013 as atividades culturais do projeto Semeando Cultura, do Coletivo CC&C. Essa edição foi coordenada pela jornalista e produtora cultural, Erica Lima, integrante do Coletivo CC&C. O financiamento do projeto foi com recursos do Programa BNB de Cultura.



Foto 2. Abertura do projeto com a presença do prefeito Expedito Salviano

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa

[Digite texto]



Foto.3 Palestra de abertura do projeto ministrada pelo integrante do Coletivo, Alexandre Santos

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa

. Foram realizadas oficinas nas áreas de Teatro, Audiovisual, Fotografia, Rádio, Literatura de Cordel e Elaboração de Projetos Culturais. Participaram dessa ação cerca de 100 jovens do município. As oficinas aconteceram no período de 21 a 26 de janeiro.

Os participantes tiveram a oportunidade de aprender técnicas específicas de cada área, além de participar de atividades práticas que objetivavam ampliar o olhar da comunidade sobre os aspectos culturais do município. Para o encerramento das atividades foi organizado um festival cultural reunindo todo material produzido nas oficinas. O evento contou com apresentações de artistas locais e a participação dos alunos.

Esta pesquisa faz o recorte empírico sobre o trabalho do Coletivo CC&C, e investigou as práticas na oficina de vídeo, visto que a temática abordada neste estudo é o audiovisual. Desse modo, o acompanhamento de campo foi observando o processo de realização da oficina de vídeo aplicada dentro da semana cultural do projeto já mencionado.

A seguir um quadro contendo de forma sintética a metodologia aplicada na coleta dos dados em campo:

[Digite texto]

QUADRO 11 – Metodologia aplicada na pesquisa de campo

| Atividades | Público alvo | Recursos utilizados |
|--|---|-------------------------------------|
| Aplicação de questionários (antes do início da oficina e depois do término da oficina) | Participantes da oficina | Questionários individuais impressos |
| Entrevista individual | Participantes da oficina (com parte do grupo) | Gravador e bloco de anotações |
| Entrevista individual | Oficineiros | Gravador e bloco de anotações |
| Registro em fotos das atividades na oficina | Participantes da oficina | Máquina fotográfica |
| Registro em vídeo das atividades na oficina | Participantes da oficina | Câmera de vídeo – Hand cam mini dv |

Fonte: Elaboração própria com base nos dados de campo.



Foto.4 Primeiro dia da oficina de vídeo ministrada pela integrante do Coletivo, Ana Lucia

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa

[Digite texto]

Foi feito o acompanhamento da oficina de vídeo ministrada no município de Venha Ver, interior do RN. O Coletivo CC&C disponibilizou 20 vagas para moradores do município com interesse de fazer a oficina de vídeo.

As inscrições começaram uma semana antes da data de início das oficinas, e seguiram até a abertura do evento (21.02.2013). Eram realizadas por um funcionário da prefeitura disponibilizado para auxiliar o trabalho do Coletivo.

Todas as atividades das oficinas aconteceram num espaço cedido pela prefeitura do município, o prédio onde funciona o PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil).

Equipamentos didáticos e técnicos usados na oficina:

Apostilas (elaboradas pelo oficineiro que ministrou o curso);

Vídeos produzidos pelo Coletivo CC&C:

Projektor (equipamento do Coletivo);

Notebook (da oficineira que ministrou o curso):

Câmera de vídeo DV 100 Panasonic (equipamento do Coletivo):

Câmera de vídeo Hand cam HDR CX12 Sony (equipamento da oficineira);

A técnica de coleta de dados em campo ocorreu por meio da aplicação de questionários elaborados a partir da hipótese e dos objetivos estabelecidos como norteadores da pesquisa. Os questionários foram aplicados no primeiro dia da oficina (22.01.2013) e no último dia (25.02.2013). No primeiro dia (22.01), dezesseis participantes responderam ao questionário e no último dia (25.01), apenas onze participantes responderam o questionário final. Constatou-se uma ausência de 35% dos alunos inscritos na oficina e que não concluíram o curso.

Abaixo estão elencadas as principais percepções coletadas de depoimentos e dos questionários aplicados. São elementos pontuais que denotam o valor social do projeto.

Dos participantes da oficina:

Aperfeiçoamento das técnicas audiovisuais para quem já atua na área;

Desperta o interesse em aprender mais sobre as técnicas audiovisuais;

O projeto vai mudar as práticas da comunidade com relação à cultura;

Essas oportunidades despertam para a busca de outros cursos de aperfeiçoamento;

Resgata a memória e desperta o interesse pela cultura local;

Da oficina:

A oficina de vídeo está sempre dentro de um projeto maior organizado pelo Coletivo CC&C. É interessante porque está integrado com outras áreas e tem proposta de inclusão social; No momento que estimulamos as práticas culturais é interessante reconhecer o cotidiano como aspecto cultural – Depoimento de Ana Lucia Gomes.



Foto.5 Gravação do depoimento de Dona Cabocla, figura histórica da cidade, para o documentário

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa



Foto. 6 Último dia de oficina, analisando a edição do documentário “Pouca água e muita fé”

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa

[Digite texto]

Nesse período também foram realizadas entrevistas individuais com gestores públicos do município, representantes da comunidade que executam trabalhos audiovisuais, participantes que tem interesse na área, e a professora que ministrou a oficina. Segue lista com nomes dos entrevistados:

Euba Nadja – secretaria de educação, cultura e desporto;

Expedito Salviano – prefeito do município;

Lindomar Bessa – produtor audiovisual local;

Lazaro Oliveira – produtor audiovisual local;

Mary Fernandes – participante da oficina;

Ana Lúcia Gomes – oficineira do Coletivo CC&C.

Durante todo período de observação do processo foram realizados registros em fotos e vídeo das atividades da oficina. O intuito de produzir esse material foi ter em mãos dados físicos, que facilitasse a análise pós campo e ajudar na compreensão do processo.

Como resultado final da oficina foi realizado um vídeo documentário sobre a seca na região, tema escolhido pelos alunos da oficina, intitulado “Pouca água, muita fé”.



Foto.7 Exibição do documentário “Pouca água e muita fé” na praça da cidade

Fonte: Foto produzida pela autora da pesquisa

[Digite texto]

Dessa forma, chega-se a conclusão de que as oficinas de vídeo se compõem um mecanismo midiático que configura o acesso ao recurso audiovisual através dos suportes tecnológicos disponíveis e das teorias relacionadas à prática social, promovendo a interação do indivíduo com o social e o processo de mediação.

3.3 Diagnóstico do processo de produção da oficina do Coletivo CC&C

De acordo com Geertz (1987, p.10) “compreender a cultura de um povo expõe a sua normalidade sem reduzir sua particularidade”. É a partir dessa reflexão de Geertz que se inicia a exposição sobre as impressões obtidas pela pesquisa de campo, até porque o propósito desta investigação é compreender um processo cultural colocado em prática por um grupo de agentes culturais.

Tomar como ponto de partida uma análise de algo empírico pode parecer tarefa fácil, pois irá se falar de algo prático e não teórico, contudo, a complexidade do olhar empírico é tão difícil quanto à conduta teórica. Nesse sentido, a opção pela simplicidade da falar parece ser o melhor caminho, como forma de inibir possíveis falhas de interpretações.

Assim, dando início vamos revelar o mapa físico que demonstra o percurso percorrido pelo Coletivo nos seus oito anos de promoção à cultura pelo estado do Rio Grande do Norte. A figura abaixo é o mapa do estado sinalizando em pontos os municípios pelos quais o grupo realizou ações:



Fig. 11 Mapa indicativo dos municípios onde o Coletivo realizou ações

Fonte: Mídia social do Coletivo CC&C <https://www.facebook.com/caminhoscomunicacao>

[Digite texto]

Foram 27 municípios assistidos por alguma ação do Coletivo CC&C. Isso não só demonstra o valor do trabalho desenvolvido pelo grupo, como também revela a ausência do poder público na promoção e acessibilidade à cultura nessas localidades. A escolha da comunidade por parte do Coletivo CC&C se dá a partir de um levantamento, que diagnostica o território em situação precária, no tocante a inexistência de equipamentos socioculturais.

O resultado das oficinas oportuniza novas dinâmicas sociais e comunicacionais, permitindo que o ator social, protagonista de sua comunidade, insira-se num contexto cultural antes inexistente para ele e seus pares. Esse sujeito desfruta coletivamente da prática social audiovisual, numa multiplicidade de interações socioculturais que têm lugar em seu cotidiano comunitário.

Segundo Maldonado (2009), a multiplicidade de táticas, estratégias e técnicas faz-se necessário quando se investiga as práticas comunicacionais na contemporaneidade, pois permite dar conta dos procedimentos investigativos que nos aproxima do objeto pesquisado. Aspecto capaz de oferecer possibilidades de reconhecer, excluir, selecionar, sistematizar, experimentar, de se relacionar.

[...] Os meios desenvolveram formas, táticas e estratégias de captura e tradução das diversas culturas [...] transformando-as em produtos simbólicos televisivos, cinematográficos, radiofônicos e impressos. Esses movimentos históricos mostraram dinâmicas e diversidades impossíveis de ser compreendidas só a partir de estratégias lineares, quantitativas, estatísticas e sistêmicas. O comunicacional se configurou em várias dimensões (entre as principais: política; semiótica; econômica-política; sociológica; estética; antropológica; histórica, ecológica; tecnológica; linguística; psicológica e filosófica) que requerem para sua compreensão, desenhos de investigação que articulem aspectos básicos de sua existência multifacetada (MALDONADO, 2009, p. 17-18).

Consideramos que estudar uma prática comunicativa alternativa (produção audiovisual) permite perceber novas formas de comunicar praticadas por grupo social. Isso reflete a mudança tecnológica e cultural vivenciada pelos atores sociais, ou seja, mudanças nas práticas sociais exercidas por esses sujeitos e confirma a hipótese que ventilou esta pesquisa, de que ações de incentivo e promoção à cultura audiovisual estão provocando mudanças nas práticas audiovisuais no Rio Grande do Norte.

A cultura audiovisual está assumindo um lugar de destaque no processo comunicacional em permanente fluxo evolutivo. Martín-Barbero (2004) afirma que o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural.

[Digite texto]

A análise reflexiva possível de ser feita é que o Coletivo CC&C, através da apropriação do recurso audiovisual como prática comunicacional, promove ações de inclusão sociocultural. Diante disso, destacam-se alguns pontos que estão presentes no processo de produção audiovisual e são elementos determinantes para as práticas adotadas pelos agentes culturais em estudo:

- * Conscientização por parte do agente cultural do seu papel de mediador e ativista social;
- * Apropriação simbólica da cultura local permitindo a promoção e democratização da mesma;
- * Valorização das expressões comunicacionais na mediação da manifestação cultural.

4. A PRÁTICA AUDIOVISUAL GERANDO RESULTADOS

O último capítulo dessa pesquisa elenca o legado das práticas audiovisuais exercidas na última década no Rio Grande do Norte. O intuito é provocar a reflexão sobre o que foi desenvolvido e o que pode ser feito, a exemplo das ações do Coletivo CC&C. E como resultado da investigação propõe-se a criação do Observatório do Audiovisual Potiguar. Um espaço que servirá de canal para discussão, informação, difusão e intercâmbios de atividades relacionadas à pesquisa e à produção da cultura audiovisual no estado. O objetivo é oportunizar aos pesquisados e aos profissionais do audiovisual a chance de trocar experiências e de contribuir para o aperfeiçoamento das práticas e produtos audiovisuais.

4.1 – As práticas audiovisuais independentes no Rio Grande do Norte

A produção audiovisual conquistou espaço importante como instrumento midiático na sociedade contemporânea, e com o avanço tecnológico o audiovisual estabeleceu-se de fato, tornando-se um canal condutor das representações sociais e deixando claro seu lugar no processo midiático, como enfatiza Wolton (2003):

Compreender o lugar e o papel da comunicação na sociedade significa analisar as relações entre as três características da comunicação: o ‘sistema técnico, o modelo cultural dominante e o projeto que sustenta a organização econômica, técnica e jurídica do conjunto de tecnologia de comunicação. Sendo evidente que, desde o século XVI com a invenção da imprensa, as técnicas que originaram a comunicação mediatizada à distância tiveram um papel essencial com o surgimento sucessivo do telégrafo, do telefone, do cinema, do rádio, da televisão e da informática. WOLTON (2003, p. 13)

Realizar um produto audiovisual requer uma estrutura mínima de recursos financeiros, técnicos e humanos. Embora novas tecnologias barateiem o acesso a equipamentos, ainda há muito a fazer para que a democratização da cultura audiovisual aconteça de forma ampla em todos os estados do território nacional. Entretanto, alternativas existem; uma delas é a produção audiovisual independente, definida pela Lei do audiovisual 8.685/93 como sendo “produtos não vinculados, direta ou indiretamente, a empresas concessionárias de serviços de radiodifusão e cabo difusão de sons ou imagens em qualquer tipo de transmissão”.

[Digite texto]

É na perspectiva da produção independente que o cenário audiovisual potiguar caminha, apresentando um significativo crescimento no número de produções nos últimos anos. Isso é claramente percebido quando se observam as produções que participam de festivais locais de cinema e vídeo, as oficinas e cursos ministrados no estado e quando se contabilizam os filmes exibidos semanalmente no programa “Olhar Independente” da TV Universitária, dentre outras práticas. De acordo com Erica Lima (2012), produtora e diretora do programa “Olhar independente”, de outubro de 2008 até dezembro de 2013, foram gravados 211 programas inéditos e exibidos mais de 300 curtas. São filmes vindos das mais variadas fontes de produção, desde produções universitárias a realizações profissionais.

O importante é entender que tudo faz parte de um processo que necessita estar sempre sendo retroalimentado periodicamente. Latour (2006) observa que o processo de produção se constitui em certos momentos uma antropologia simétrica, pois faz parte do todo, e ao mesmo tempo é o todo. Por isso se pensarmos que é no processo que a prática acontece, entenderemos que a prática é única no instante em que se faz, pois o discurso (produzido nessa prática) não poderá ser refeito como foi da primeira vez.

Como demonstração do legado constituído ao longo da última década, o quadro a seguir revela as principais práticas realizadas no Rio Grande do Norte. São ações que merecem exposição e reflexão, visto que suas características positivas e negativas devam servir de exemplos para futuras práticas:

QUADRO 12- Demonstrativo das práticas audiovisuais

| |
|--|
| <p>FestNatal - Festival de cinema mais antigo do estado. Criado em 1987, pelo jornalista Valério Andrade em 1987, com o intuito de promover a produção cinematográfica nacional. Sem um foco exclusivo com o regional. Apesar de já de somarem 25 anos do primeiro FestNatal, não houve uma periodicidade contínua, ficando alguns anos sem a realização do evento. O realizador não possuía uma fonte permanente de recursos para a realização do festival. -Em 2013, a Prefeitura do Natal, através da FUNCARTE – Fundação Capitania das Artes, órgão que representa a pasta da cultura no executivo municipal, assumiu o festival incorporando-o dentro de um evento maior, o Cine Nata. Neste ano foram exibidos somente filmes nacionais e sem produção local, o que gerou questionamentos por parte dos produtores locais com relação ao formato do festival.</p> |
|--|

| |
|--|
| <p>Festival Curta Natal – Aconteceu entre 2005 e 2008, dentro do festival de música MADA (Música Alimento Da Alma). O objetivo era promover produções locais e regionais. O festival apresentou Mostra Competitiva de curtas-metragens restrita à região Nordeste, Mostra competitiva de Videoclipes produzidos no Rio Grande do Norte e a Mostra Curta Celular, também exclusiva para vídeos potiguares.</p> |
|--|

| |
|---|
| <p>CurtaCom – [Digite texto]</p> |
|---|

Festival de curtas e de fotografia idealizado em 2005 por alunos de comunicação, com o intuito de promover integração da sociedade com a produção audiovisual acadêmica. Dividido em sete categorias: Ficção, Videoclipe, Documentário, Experimental, Animação, Júri Popular e Fotografia. Teve cinco edições.

Cineclube Natal – CCN

Criado em 2005, é o cineclube mais atuante da capital potiguar. Já realizou também ações no interior do estado através de oficinas de cineclubismo e apreciação cinematográfica. Tem como proposta exibir filmes que estão fora do circuito convencional das salas de cinema. Já soma mais de 500 sessões regulares exibindo filmes de longa, média e curta-metragem. Em parcerias com vários grupos e entidades realizou as sessões “Cine Café” (em Nalva Café Salão de 2007 a 2011), “Cine Vanguarda” (de 2005 a 2011), “Cine Assembleia” (na Assembleia Legislativa de 2005 a 2011), “Cinéphilie” (em 2009, 2010 e 2012) e “Cine Mãe Luíza” (no bairro de Mãe Luíza de 2009 a 2011). A partir de 2011, em uma nova proposta de atuação organizou mostras temáticas como: “Cinema e Cabelo”, “Mostra John Cassavetes”, “Já Que o Mundo Não Acabou...Veja os Filmes do Fim do Mundo”, dentre outras. Em 2013 voltou a ter uma sessão regular, “Cine Solar”, parceria com o Solar Bela Vista. O cineclube Natal é coidealizador e coorganizador do Festival de Cinema Goiamum Audiovisual.

Goiamum Audiovisual – Criado em 2007, é um Festival de Cinema e Audiovisual que recebe produções de todo Brasil. Tem como objetivo integrar a exibição, a formação e articulação do segmento num mesmo evento. É coordenado pelo Cineclube Natal e pela ONG ZooN, chegando à sua oitava edição em 2014. Está se consolidando como o principal festival de cinema do estado. Tem mostra competitiva nacional, competitiva regional e o projeto Desentoca que visa à exibição produções locais não selecionadas nas competitivas.

Curta Mossoró – Mostra de vídeos produzidos como resultado das oficinas realizadas pelo projeto aprovado pelo edital BNB de Cultura em 2010 na cidade de Mossoró. É mais uma ação do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura.

Mossoró Audiovisual – realizado em 2011 na cidade de Mossoró. É uma continuidade do projeto *Curta Mossoró*. O projeto foi selecionado no Programa Microprojetos Culturais do Ministério da Cultura em parceria com o Governo do Estado, contando com os apoios do SESC e SENAC de Mossoró e também do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte.

DOCTV no Rio Grande do Norte – foram contemplados com o projeto DOCTV do Ministério da Cultura quatro produções potiguares de 2004 a 2008:

- Fabião das Queimadas (Buca Dantas, 2004);
- Hermógenes – Deus me livre de ser normal (Marcelo Buinain, 2005);
- O Vôo Silenciado do Jucurutu (Paulo Laguardia, 2007);
- Sangue do Barro (Mary Land Brito e Fábio DSilva, 2008).

Olhar independente – criado em 2008, o programa da TV Universitária exibe semanalmente produções (curtas e documentários) locais e do nordeste.

Nós na tela - Em 2008 nasce o projeto *Nós na Tela*, uma iniciativa da Fundação José Augusto em parceria com a ONG Cajupiranga. Com a proposta de levar às cidades do interior do RN ações de formação e produção no setor audiovisual. Seu objetivo era formar receptores e produzir obras cinematográficas que registrem a memória e a diversidade cultural do estado. Segundo o coordenador do projeto, Geraldo Cavalcanti, a iniciativa possibilitou a partir de 15 roteiros inscritos, a participação de 407 pessoas e produziu 08 curtas metragens: *Lendas do Catu* (Goianinha), *Os Causos de Tomás Cabe* (São Tomé), *Belíssima* (Caicó), *O Retorno*

[Digite texto]

(Jardim do Seridó), *Esquizofrenia* (São José do Mipibu), *O Pacto* (Serra Negra do Norte), *Em Família* (São José do Campestre, São Gonçalo do Amarante e Macaíba) e *As Marias* (Santana dos Matos, Areia Branca e Natal). Para a produção dos curtas, contaram com a participação das Casas de Cultura de cada município, do Instituto Técnico de Cinema (ITEC), Associação Brasileira de Documentaristas e Curtametragistas do RN (ABD&C/RN), Estúdio Sonorus, Imagem e Filme e Universidade Potiguar (UNP).

Setor de audiovisual na secretaria de cultura do estado - No ano de 2009 a Fundação José Augusto criou um setor responsável por pensar ações para estimular a produção audiovisual no estado. Esse setor, hoje extinto, foi coordenado pelo roteirista Geraldo Cavalcanti. Em maio de 2009, o Governo do Estado através da Fundação José Augusto, lançou o edital do Prêmio William Cobbet, no qual foram selecionados quatro projetos para produção de curtas ou médias metragens com o prêmio de 20 mil reais para cada projeto. No entanto, os realizadores não receberam o prêmio.

ABDeC-RN - Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte: é filiada à ABD Nacional, e tem por objetivo reunir profissionais, amadores e estudantes. Embora exista há 10 anos, a associação ainda possui pouca representatividade para a categoria e um baixo número de associados. Realiza reuniões mensais, além de reuniões com membros de outras associações correlacionadas, para que sejam realizadas parcerias. Atualmente a presidência da ABD&C/RN está articulando uma parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas Empresas, o SEBRAE-RN, a fim de criar uma rede de economia criativa para o setor audiovisual no estado.

CANNE - Centro Audiovisual Norte-Nordeste (da Secretária do audiovisual, Ministério da Cultura) - De 2008 e 2013 foram realizados os cursos como Cinematografia Eletrônica Digital, Operação de som, Operação de câmeras de 35mm, continuidade Cinematográfica e oficina de Direção de Arte. A Fundação José Augusto (é uma fundação que assume a secretaria estadual de cultura de Pernambuco), em 2009 ofereceu o curso de *Introdução ao documentário de criação*.

ONG ZooN - Realização de cursos e oficinas de capacitação na área de cinema e vídeo. A ONG ZooN Fotografia há mais de 15 anos trabalha com projetos sociais e culturais, nas áreas de fotografia e audiovisual. Elaborou o projeto Natal de Formação em Cinema e Vídeo, intitulando cada oficina por: “Cena”. A primeira *Cena* aconteceu em Julho de 2006 com o seminário *Expressão Audiovisual no Nordeste Brasileiro* cujo propósito era a construção de um quadro sobre a produção contemporânea nordestina, com recorte para a realidade potiguar, destacando a importância da articulação de redes e parcerias capazes de incentivar e dinamizar a produção local.

A oficina *Cena 1 - Leitura e expressão audiovisual* ofereceu ao público a compreensão da sétima arte, a linguagem do cinema. A *Cena 2* ofereceu uma oficina de Roteiro. A *Cena 3*, uma oficina sobre produção em cinema, discutindo as etapas do processo: análise técnica, orçamentos e despesas, captação de recursos, pré-produção, preparação das filmagens, gravação e finalização. A *Cena 4* com a importância da direção e coordenação de arte no contexto do cinema nacional. A *Cena 5* com a oficina de “Introdução à direção de fotografia e assistência de câmera para cinema e vídeo”. Na 12 *Cena 6* foi realizada a oficina de documentários. E em 2008 a última, *Cena 7*, com a oficina O Ator no Cinema.

Produtores independentes: Dois realizadores independentes, Buca Dantas e Mathieu Duvignaud, criaram a série *Microdocs 4*, documentários curtos, em média com dois minutos de duração, realizados com recursos próprios para serem pagos após a produção, um projeto de um produto vendável para a televisão. Os documentários foram exibidos em uma TV local, a TV

[Digite texto]

| |
|---|
| Tropical – afiliada a Rede Record de Televisão, seguido de um debate no auditório da própria emissora com convidados de diversas áreas para realização de discussões. |
|---|

| |
|---|
| Caminhos, Comunicação & Cultura: criado em 2006 é um coletivo formado por jornalistas e radialista que realizam projetos de promoção e difusão da cultura no interior do estado. |
|---|

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do TCC de (LIMA, 2012, p.12).

São iniciativas válidas para a promoção da cultura audiovisual em terras potiguares, práticas que funcionam como elementos no processo de democratização da cultura audiovisual no estado.

Pode-se considerar que o desenvolvimento audiovisual é uma questão de notório interesse público, por isso precisa ser pesquisado, pensado e executado democraticamente.

Para Machado (2007) "já houve um tempo em que o vídeo correspondia a uma prática significativa marginal, às vezes até clandestina, [...] hoje o vídeo está em todos os lugares, generalizado sob a designação mais ampla de *audiovisual*". E Martin-Barbero (2003) complementa "O cinema medeia vital e socialmente na constituição dessa nova experiência cultural, que é a experiência popular urbana: será ele sua primeira "linguagem". (...) o cinema vai ligar-se à fome das massas por se fazerem visíveis socialmente" (MARTIN-BARBERO, 2003, p.244).

As possibilidades de utilização do audiovisual são inúmeras, como a interação entre cultura e desenvolvimento social. Bill Nichols (2009) reforça o potencial de transformação social "a maneira como os filmes resolvem problemas e exemplificam soluções, como sugerem tendências, práticas, estilos e questões." (NICHOLS, 2009, p.22). Essas colocações despertam a atenção para o papel social e ideológico que o realizador audiovisual tem com a sociedade.

É inegável a capacidade de intervenção social que desempenha atualmente o audiovisual na sociedade, seja usado para mero entretenimento (que não deixa de conter elementos de intervenção), seja usado como instrumento político, educacional e cultural. Bill Nichols (2009) já observa a contribuição que o documentário (um formato de produto audiovisual) pode trazer para o entendimento da utilização do cinema como prática social:

Os documentários proporcionam uma orientação sobre a experiência de outros e, por extensão, sobre as práticas sociais que compartilhamos com eles. (...) Porque abordam o mundo em que vivemos e não um mundo imaginado pelo cineasta. (NICHOLS, 2009, p.100)

[Digite texto]

A utilização de produtos audiovisuais (vídeos e documentários) como provocadores de reflexões sobre as práticas sociais pode ser entendida como um mecanismo facilitador de processos de aprendizagem e de desenvolvimento social, cultural e educacional.

Referente à produção audiovisual como um conjunto de ações e intervenções sociais, Silva (2008) coloca que “do ponto de vista da produção, isso também se explicita: um filme é uma criação coletiva, em que todos participam com funções claramente definidas, especializadas. O trabalho cinematográfico é um emblema da divisão social do trabalho” (SILVA, 2008, p.46).

Debates e reflexões cercam as instituições e práticas básicas da sociedade. As práticas sociais são exatamente isto, a maneira convencional de agir, que se apoiam nas formas pelas quais vários ideais se incorporam a elas. Esses ideais são adotados por aqueles que estão envolvidos em uma determinada prática social, como é o caso do processo de produção audiovisual.

Silva (2008) coloca que “o cinema no Brasil aproxima, dessa forma, realizadores e espectadores, personagens e pessoas reais. (...) e se revela mais claramente como prática social, e o filme, como texto que integra essa prática, espelha e alimenta.” (SILVA, 2008, p.17 e 56).

Dessa forma pode-se considerar a produção audiovisual um mecanismo de sociabilidade (MARTIN-BARBERO, 2003) preponderante para a construção da cultura audiovisual na sociedade potiguar.

4.2 - Proposta para um Observatório do audiovisual potiguar

Finalizando a análise da produção audiovisual potiguar propõe-se a criação do observatório do audiovisual potiguar, por identificar a demanda por um canal de relacionamento com produtores, realizadores e pesquisadores do audiovisual potiguar. O intuito é ter um mecanismo de acesso e democratização da cultura audiovisual.

A ideia de propor um observatório surgiu a partir da experiência de ter sido bolsista de apoio técnico do Núcleo de Telenovela da USP¹⁵, no período de 2004 a 2005. O trabalho no

¹⁵O núcleo era um espaço de armazenamento de dados sobre as pesquisas que abordavam a temática telenovela; também um canal de comunicação entre os pesquisadores e interessados no tema dentro e fora da USP – Universidade do Estado de São Paulo. Por meio de um projeto de ampliação e intercâmbio internacional, o núcleo se transformou em OBITEL – Observatório Internacional de Telenovela.

núcleo me fez perceber a importância de ter um canal de troca de informações, compartilhamento de experiências, debate de ideias e um fluxo contínuo de contatos com pessoas que de alguma forma trabalham com uma área específica do conhecimento; no caso em estudo, a cultura audiovisual. Daí a proposta de criar o observatório aqui no Rio Grande do Norte, a exemplo de outros observatórios de pesquisa e de mídia existentes no país como o Observatório da imprensa¹⁶.

De acordo com Christofolletti e Motta (2008) a história dos observatórios de meios no Brasil é algo recente. Se for usar o Observatório da Imprensa como referência, teria um pouco mais de uma década e meia. Mas o avanço tecnológico da indústria das comunicações e a ampliação de cursos de comunicação pelo país criaram condições para o surgimento de experiências em diversos pontos do país, sejam dentro da academia ou fora.

O que interessa como estratégia de aplicação de um mecanismo de observação de mídia é objetivo pelo qual esse canal é criado. No caso proposto aqui pela pesquisa é estabelecer diálogos contínuos sobre a produção audiovisual no estado do Rio Grande do Norte, colocando em pauta as demandas do setor, estabelecendo contatos com a cadeia produtiva, permitindo debates e trocas de ideias entre pesquisadores do audiovisual, criticando o que estiver em desacordo com a ética e, acima de tudo, criando um fluxo periódico de informações sobre o que acontece em todos esses espaços da cultura audiovisual.

O importante é perceber que esse canal também é um mecanismo de auto reflexão:

Os observatórios de meios têm pelo menos duas funções: fiscalizar os veículos e seus profissionais, e alfabetizar midiaticamente o público. Ao lançar um olhar atento aos meios, os observatórios apontam falhas técnicas, deslizes éticos e problemas de outras ordens. (EGYPTO e MALIN, 2008, p. 12. Org CHRISTOFOLETTI e MOTTA).

Por definição o termo observatório tem sido usado para denominar espaço destinado à observação de ações relacionadas a algum aspecto da sociedade. Os observatórios existentes geralmente são compostos por parceiros que desempenham funções colaborativas numa perspectiva de produzir pesquisas, promover ações que permitam o acompanhamento de

¹⁶ O Observatório da Imprensa é um observatório de mídia constituído por um website, um programa de rádio e de TV, que tem o objetivo de analisar a atuação dos meios de comunicação em massa no Brasil. É dirigido pelo jornalista Alberto Dines também idealizador do projeto desde 1996.

[Digite texto]

processos, identifiquem obstáculos e promovam avanços em determinado nicho social e cultural observado.

O Observatório acaba se tornando potencialmente um veículo poderoso de intercâmbio e formação para todos os envolvidos.

Com os avanços da tecnologia da informação e o acesso facilitado à internet, é por meio de websites que a maioria dos observatórios se constitui como canal de comunicação.

A internet é o meio que vai de qualquer um para todos (todos os integrados à rede). Assumiram, ademais, a consciência de que isso iria mudar as relações entre produtores e “consumidores” de notícias. (EGYPTO e MALIN, 2008, p. 181. Org. CHRISTOFOLETTI e MOTTA).

Diante da facilidade que permite, a rede web se tornou mais acessível à criação de espaços de observação de mídia, a exemplo do site do Observatório da Imprensa¹⁷. A proposta aqui defendida é de criar o Observatório do Audiovisual Potiguar com o objetivo de constituir um espaço plural, formado por: um banco de dados sobre a produção audiovisual do estado; um canal de comunicação com os realizadores informando o que está se produzindo; uma base de arquivos científicos de pesquisadores que investigam a área; um importante fórum de debate sobre políticas públicas e ações voltadas a cultura audiovisual. Seria uma resposta ao sistema hegemônico que limita o acesso às informações e as políticas, impedindo a sociedade de ser protagonista de suas próprias histórias.

Cabe assim a própria sociedade organizar-se, mobilizar-se para mudar seus canais de comunicação e exigir mais qualidade, transparência e acessibilidade a todos sem restrição. Christofolletti e Motta refletem sobre o papel de um observatório colocando que “como resultado de sua atuação, os observatórios de meios contribuem para o aperfeiçoamento de práticas, procedimentos e produtos. Melhorando a mídia, ajudam a melhorar a sociedade.” (2008, p.13).

Braga (2006) fala de dispositivos sociais de crítica midiática como mecanismos de enfrentamento no qual a sociedade pode se apropriar para responder a mídia hegemônica, colocando-se como parte integrante do processo comunicacional, que merece ser ouvido, e pode escolher o que quer seja produzido. Braga denomina essa ação de sistema de resposta.

¹⁷ Site do Observatório da Imprensa: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>
[Digite texto]

Um observatório de mídia pode ser um mecanismo do sistema de resposta, pois se caracteriza como um local onde a crítica nasce a partir de reflexões e ações produzidas pelos atores sociais integrantes do grupo que constitui tal observatório. “É a própria possibilidade de examinar suas lógicas segundo um conjunto sistematizado de parâmetros que permite tomar como sistema o conjunto de processos que se observa.” (BRAGA, 2006, p.31).

Alguns autores visualizam os observatórios como:

Janelas ou vitrines da mídia, os observatórios de meios têm uma função social muito importante. Os críticos podem ser profissionais da área ou cidadãos comuns, meros consumidores de informação. O que diferencia uns dos outros são os critérios de avaliação a que se apegam. O exercício é o mesmo. A disposição para a mudança se mantém. A participação no processo de comunicação aumenta. A sociedade alcança maturidade e segurança. A cidadania se fortalece. (EGYPTO e MALIN, 2008, p. 15. Org CHRISTOFOLETTI e MOTTA).

Pode-se creditar fator positivo à criação de observatórios, pois quanto mais a sociedade tiver ferramentas para enfrentar mídia e o seu sistema, melhor será a formação crítica dos consumidores midiáticos, que terão outros espaços para obter informações fora da mídia hegemônica. Contudo, manter observatórios ativos e atualizados não é tarefa fácil, visto a demanda de recursos que recorre um mecanismo como esse. Daí a necessidade de se compor uma rede colaborativa num trabalho constante para manutenção desses espaços.

A proposta proferida se dá no formato da ação colaborativa, onde estariam reunidas entidades representativas da classe cultura, coletivos de profissionais, pesquisadores, pontos de cultura, profissionais independentes e representantes do Estado, todos dispostos a estabelecer trocas e diálogos que fomentem a cultura audiovisual potiguar.

Para Motta (2008, p.26) “Há ainda um argumento político: quanto mais observatórios existirem (acadêmicos ou não), mais se consolidará uma rede civil de vigilância da mídia (media watching accountability) e de resistência cultural.” Contudo, o pesquisador também chama atenção para a forma como os observatórios devem ser conduzidos, para que de fato atendam ao propósito para o qual são criados e não se percam no meio do caminho:

Essa consciência avançada da cidadania em relação à mídia e a resistência civil que dela decorre são necessárias, mas não suficientes. A prática de uma crítica sistemática não pode esgotar-se na mera reação às ações da mídia, não deve ser apenas reativa ou opositora. Uma resistência pode ter sido importante num primeiro momento, mas os observatórios necessitam de objetivos políticos e profissionais (e pedagógicos, para os acadêmicos) que os coloquem em consonância com os movimentos da cidadania e com propostas realistas de mudanças na mídia e na sociedade. (MOTTA, 2008, p.30).

[Digite texto]

Tomando uma linha de observação semelhante, Braga (2006) lembra que:

Existe toda uma variedade de “dispositivos sociais”: cineclubes, sites de media criticism, fóruns de debate sobre rádio e televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é a própria mídia, produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocrítica da imprensa... (Braga, 2006, p. 37).

Portanto, é necessária extrema parcimônia ao propor e constitui um espaço crítico sobre a mídia, nesse caso, o audiovisual de um estado. Mas ao mesmo tempo é desafiador propor um trabalho com tamanha importância, gerador de um mecanismo de reflexão, diálogo, produção e difusão da cultura audiovisual potiguar.

Acredita-se que um espaço como um observatório será de grande utilidade para quem de alguma forma se relaciona com a cultura audiovisual no Rio Grande do Norte. A proposta visa a uma ação unificadora que objetiva articular todos componentes envolvidos no processo de criação e manutenção do observatório.

Abaixo, diagrama sugestivo com os pontos norteadores da estrutura proposta para o Observatório do Audiovisual Potiguar, que deverá funcionar numa plataforma digital de website (www.observatoriodoaudiovisualpotiguar.com.br):

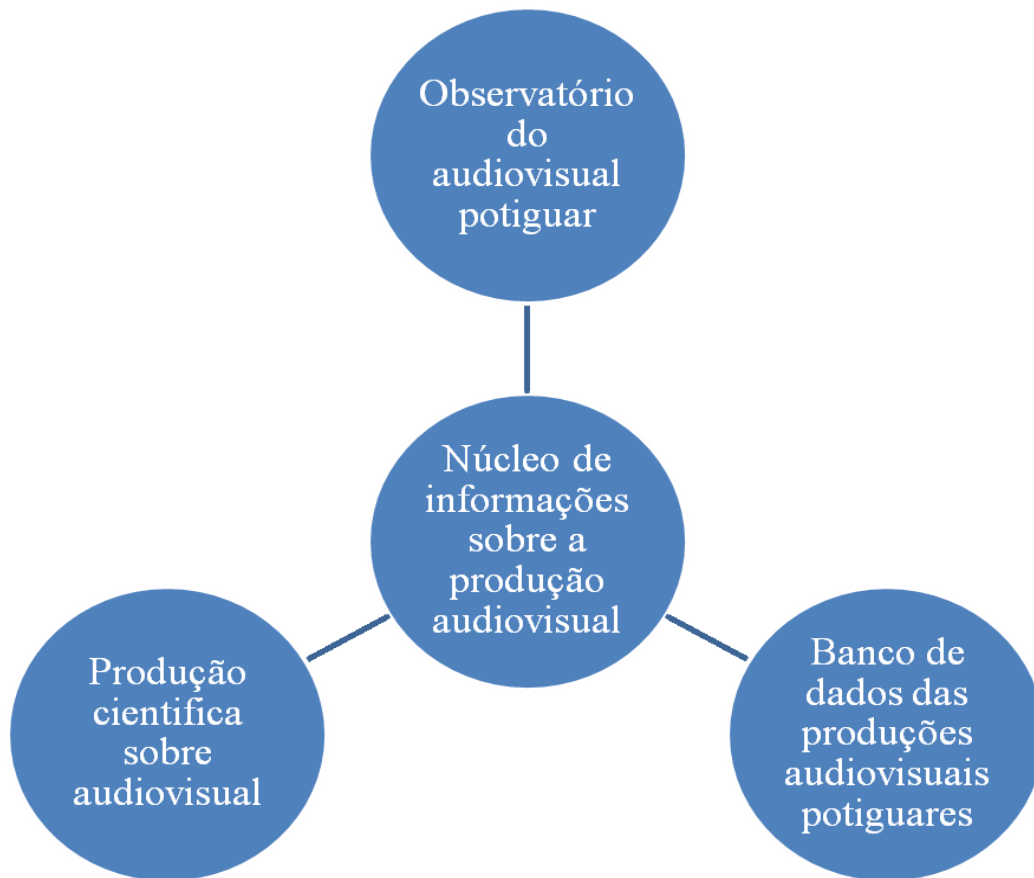


Fig.12 - Diagrama dos pontos norteadores do Observatório do Audiovisual Potiguar

Fonte: Elaboração própria com base no prognóstico sugestivo para criação do Observatório do Audiovisual Potiguar.

Estrutura do pré-projeto para criação do Observatório do Audiovisual Potiguar:

Objetivo Geral: Constituir um espaço plural que funcionará como um canal de relacionamento com produtores, realizadores e pesquisadores do audiovisual, um mecanismo de acesso e democratização da cultura audiovisual potiguar.

Objetivos específicos: O observatório irá atender algumas demandas relacionadas à produção audiovisual tendo na sua composição um:

Banco de dados sobre a produção audiovisual do estado;

Canal de comunicação entre os realizadores informando o que está se produzindo no estado;

[Digite texto]

Base de arquivos científicos, dissertações e teses que pesquisaram o audiovisual potiguar;

Espaço (fórum) de debate sobre políticas públicas e ações voltadas a cultura audiovisual.

Metodologia:

A proposta se dá num formato de uma ação colaborativa, onde estariam reunidas entidades representativas da classe cultura, coletivos de profissionais, pesquisadores, pontos de cultura, profissionais independentes e representantes do Estado todos dispostos a estabelecer trocas e diálogos que fomentem a cultura audiovisual potiguar.

Terá uma plataforma virtual na web em formato de site que hospedará todas as informações relacionadas nos objetivos do projeto constituindo um portal de dados sobre a produção audiovisual potiguar.

Metas:

Consolidar um canal permanente sobre a produção audiovisual potiguar que seja retroalimentado periodicamente com dados relativos às produções, ações, pesquisas e políticas públicas voltadas ao audiovisual.

Estabelecer um relacionamento amplo e contínuo com os produtores e pesquisadores audiovisuais do RN.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse em conhecer a produção audiovisual do meu estado e o modo como ela está se compondo foi o principal motivador para a execução desta pesquisa.

A minha identificação com a temática vem de longa data, visto minha prática como produtora audiovisual. Por esse motivo não poderia escolher outro tema para realizar uma investigação acadêmica. Acredito que tudo que realizamos necessita ser motivado por algo que nos provoque a alma, e o audiovisual provoca a minha alma.

Como jornalista, como uma aprendiz na pesquisa, como realizadora e como cinéfila, percebo o audiovisual sendo um mecanismo comunicacional que permite o olhar para o outro, num encontro com nós mesmos e revela relações e cotidianos de realidades desconhecidas, mas que são histórias nossas, pois fazem parte de uma mesma estrutura sociocultural.

Assim, como resultado de toda reflexão feita no decorrer desta investigação, defendo a realização de uma produção audiovisual própria, reflexiva, descentralizada, que retrate aspectos particulares de comunidades regionalizadas, que tem sua própria cultura, seu modo de se relacionar e de se representar.

Quando a imagem produzida de uma comunidade é vista por um grande número de espectadores, a comunicação se dá como uma prática social inerente à existência daquela comunidade, porque o produto audiovisual (vídeo e/ou documentário) provoca fenômenos de identificação, sobretudo por sua possibilidade de desvelar a intimidade dos protagonistas.

O objeto empírico escolhido por esta pesquisa revela o valor de sociabilidade numa produção midiática. Assim, observar o percurso pelo qual trilha hoje a produção audiovisual, no caso particular as produções audiovisuais independentes no Rio Grande do Norte, é compreender as práticas audiovisuais adotados atualmente no estado.

Iniciativas, a exemplo do Coletivo CC&C, ainda que em estâncias pequenas, são relevantes como meios de demonstração do processo pelo qual passa a produção audiovisual independente em realidades distantes territorialmente, e desprovidas de recursos que permitam o acesso e a promoção à cultura em toda sua riqueza.

Dessa forma, chega-se à conclusão de que a utilização da comunicação audiovisual como mecanismo para divulgação e percepção dos bens culturais é possível e viável.

[Digite texto]

A pesquisa se dispôs a analisar as práticas audiovisuais desempenhadas por quem realiza e participa de oficinas de vídeo, identificando os elementos que auxiliaram e dificultaram a condução do processo de produção audiovisual.

Nesse sentido, é possível reconhecer que a hipótese que norteou a pesquisa foi comprovada: ações, a exemplo das oficinas culturais pelo interior do estado, estão modificando as práticas audiovisuais no Rio Grande do Norte, permitindo o acesso à cultura audiovisual, revelando como acontece o processo de produção de um vídeo e despertando o interesse pelo audiovisual profissionalmente.

Em caráter de consolidação do que foi pesquisado e analisado é salutar apresentar alguns dos resultados alcançados de forma sucinta e prática.

Primeiramente se fez um mapeamento das produções audiovisuais do Rio Grande do Norte (cinema/vídeo) para compor um referencial do cenário de realizações do estado. O objetivo era compor um arcabouço histórico da produção, recuperando assim parte da memória audiovisual do estado, para traçar um panorama do que aconteceu e do que acontece com as práticas audiovisuais potiguaras. Levando em consideração o cenário do audiovisual potiguar, e as informações coletadas nas entrevistas com os profissionais ligados à área, podemos perceber que os informantes confirmam praticamente as mesmas considerações, necessidades, reivindicações. Essas informações são importantes para a compreensão da cadeia audiovisual que se compõe hoje no Rio Grande do Norte.

No segundo momento, buscou-se dar um desenvolvimento conceitual e teórico estabelecendo diálogos com a cultura audiovisual e o processo de produção, usando as bases teóricas da Sociabilidade e do Ativismo midiático. Abordamos também a tentativa de promoção à democratização da cultura audiovisual, as leis de incentivo e editais, descrevendo os mecanismos de fomentos e entendendo os critérios que os direcionam.

O terceiro momento foi dedicado à análise do processo de realização do projeto “Semeando Cultura” desenvolvido pelo grupo em estudo, o Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura. A pesquisa de campo revelou a integração total da comunidade ao projeto que, além da oficina de vídeo, levou também outras oficinas como teatro, rádio, elaboração de projetos culturais, cordel e fotografia. Uma ação interligada e integrada ao desenvolvimento sociocultural aplicado à sociabilidade. É importante ressaltar que essa ação não irá solucionar a falta de acessibilidade à cultura. É somente uma semente, como o próprio nome do projeto [Digite texto]

diz “ Semeando a Cultura”. Reconhecer o papel ativista da sociedade civil é válido e necessário, contudo não isenta o poder público de sua responsabilidade.

Por fim, foi elencando um quadro mostrando o legado social do audiovisual potiguar nos últimos dez anos, destacando as principais práticas desenvolvidas no estado nesse período. E como prognóstico da pesquisa fica a proposta de criação do Observatório do Audiovisual Potiguar, um canal de relacionamento com produtores, realizadores e pesquisadores do audiovisual, um mecanismo de acesso e democratização da cultura audiovisual.

Acredito na articulação social de agentes culturais junto a entidades de classes e ao poder público, numa ação conjunta em prol à promoção da cultura. Pode parecer utópico, mas sociedade é isso, todas as estâncias trabalhando de forma integrada. Quando isso não ocorre, a sociedade perde em direitos e oportunidades.

O que falta de fato é estabelecer uma consciência política acessível a todos e provocadora, que desperte no cidadão, seja ele um ativista ou não, o desejo social do ser político, que já somos por natureza, precisa agora que sejamos na prática social.

Há entidades que já estão exercendo o papel de provocadoras sociais, como as principais universidades do estado: UFRN, UERN e a UNP. Essas instituições estão estimulando seus alunos a produzirem curtas e a pensar a prática audiovisual no estado.

E em março de 2014, a UFRN iniciou o curso de Especialização em Cinema, inédito no estado. Oferecendo mais um espaço para a reflexão e o debate sobre o audiovisual no Rio Grande do Norte. Eu sou integrante dessa turma e acredito que a união da produção e da pesquisa é algo essencial para o fortalecimento da cultura audiovisual potiguar.

A cena audiovisual potiguar vive uma nova fase, por isso fazem-se necessários outros olhares, debates, reflexões e discussões sobre o que está sendo feito, estabelecendo interfaces entre os produtores, realizadores e pesquisadores.

A pesquisa aqui realizada não se encerra neste momento, pelo contrário, esse é somente o primeiro passo de uma longa jornada de estudos e pesquisas sobre a produção audiovisual Norte-rio-grandense.

REFERÊNCIAS

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Tradução José Fonseca. Porto Alegre/RS: Artmed, 2009.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BANCO DO NORDESTE. **Edital do Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES** – Edição 2012 [online] Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/eventos/programabnb_decultura/docs/edital2012_programabancodonordestedecultura_parceriabndes.pdf>. Acesso em 23 fev. 2011.

CAMINHOS, COMUNICAÇÃO & CULTURA. **Pesquisa Produção Cultural no RN**. 2010. Disponível em: <www.olharcultural.com>

CATELLI, Rosana Elisa. Cinema e Educação em John Grierson. **Aruanda** [online]. USP, São Paulo, out. 2003. Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/aruanda/cineducemgrierson.htm>>. Acesso em 23 fev. 2011.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Políticas Culturales in América Latina**. México: Editora Grijalbo, 1987.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs). **Observatório de mídia: olhares da cidadania**. São Paulo: Editora Paullus, 2008.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: FAPESP, Iluminuras, 1997.

FERNANDES, Anchieta. **Écran natalense: capítulos da história do cinema em Natal**. Natal: Gráfica do Sindicato dos Bancários/RN, 1991.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Joice Elias Costa – 3ª Ed – Porto Alegre/RS: Artmed, 2009.

FIUZA, Pedro Augusto Soares. **Guia do cinema potiguar**. TCC de conclusão de graduação em Comunicação Social – Radialismo. UFRN, 2008.

FURTADO. Celso, 1920-2004. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura/Celso Furtado**; organização Rosa Freire D'Águilar Furtado – Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

GEERTZ, Clifford. **O Saber Local - Novos Ensaio em Antropologia Interpretativa**. Petrópolis, Vozes, (1997) - 2001.

GOMES, Ana Lúcia. **O Audiovisual e a Produção Cultural em Mossoró**. Artigo apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Recife/PE, 2011.

GRIERSON, John **Primeiros princípios do documentário**. Campinas – SP: Editora Cinemais, 1997.
[Digite texto]

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 6ª Ed. São Paulo/SP: Editora Atlas, 2001

LATOUR, Bruno. **Como prosseguir a tarefa de delinear associações?** in *Configurações*, nº 2, 2006, pp. 11-27.

- ----- **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro/RJ: Editora 34, 1994.

LAZZAROTTO, Gisley Romanzi; SCHAEFFER, Janete; GUARESCHI, Neuza. **Comunicação e controle social**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1991.

LIMA, Érica Conceição Silva. **Panorama do audiovisual potiguar (2007-2012)**. TCC de conclusão do Curso de Formação de Gestores Culturais dos Estados do Nordeste. Especialização pela Fundação Joaquim Nabuco/ UFPE. 2012

LUSVARGHI, Luiza. **Cinema nacional e World cinema – Globalização, exclusão e novas tecnologias na produção audiovisual brasileira**. Manaus, AM: Edições Muiraquitã, 2010.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. SP: Paulus, 2007.

MALDONADO, Alberto Efendy. **La perspectiva trasmetodológica em la coyuntura de cambios civilizatorios a inicios del siglo XXI**. In: MALDONADO, Alberto Efendy; PADILLA

MARSON, Melina Izar e Alessandra Meleiro- org. **Cinema e políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine** – São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

-----**Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura** São Paulo/SP: Editora Loyola, 2004.

----- **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. In: SOUSA, Mauro Wilton da (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARTINEZ, André. **Democracia audiovisual**. Instituto Pensarte. São Paulo: Editora Escrituras, 2005.

MASCARELLO, Fernando. (Orgs.). **História do cinema mundial**. 7ª edição – Campinas, SP. Papyrus, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil**. Brasília, DF, nov. 2006.

MINISTÉRIO DA CULTURA. A Secretaria do Audiovisual. **Secretaria do Audiovisual** [online]. Brasília, DF, 5 set. 2011. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/audiovisual/secretaria/sobre/>>. Acesso em 23 fev. 2011.

[Digite texto]

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. 4ª Ed. Campinas – SP: Editora Papirus, 2009.

OLIVEIRA, Lady Dayana Silva. Dissertação - **Cinema itinerante no Rio Grande do Norte: aspectos da recepção**, 2012. UFRN.

PAVAN, Maria Angela e VELOSO, Maria do Socorro Furtado. **Identidade, histórias de vida e Memória: um exercício e comunicação audiovisual**. Editorada UFPB e Editora da UFRN – João Pessoa/PB e Natal/RN, 2011.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Loyola, 2010.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura?**. São Paulo/SP: Editora brasiliense, 2002 – Coleção Primeiros Passos.

SILVA, Frederico A. Barbosa. **CPC - Cadernos de políticas culturais. Políticas Culturais no Brasil 2002 - 2006**. Brasília, 2007.

SILVA, Josimey Costa. **Brasil em tela: cinema e poéticas do social**. Encontro de cinema. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Ed. Loyola, 2002

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. 2ª ed. Campinas - SP: Editora Papirus, 2000.

SZTUMAN, Renato. **Jean Rouch e o cinema como subversão de fronteiras**". Sexta Feira (São Paulo), São Paulo 1997

YIN, Robert K. **Estudo de Caso. Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. PB: Editora Universitária da UFPB, 2008.

TURNER, Graeme. **Cinema como Prática Social**. SP: Grupo Summus Editorial, 1997.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003.

APÊNDICE A:

Questionários da pesquisa de campo: Pré oficina

Prezado (a) participante sou mestrand(a), do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia - UFRN, estou fazendo uma pesquisa acadêmica sobre a produção audiovisual no RN, e necessito de sua atenção para preencher este formulário. Por meio deste questionário pretendo verificar as ações do processo de produção das oficinas de vídeo do Coletivo CC&C – Caminhos, Comunicação & Cultura. Desde já agradeço a colaboração e garanto o sigilo dos dados.

Nome: _____ Idade: _____

Onde mora: _____ Sexo: () M () F Onde nasceu _____

Escolaridade: _____ Profissão: _____

Questionário:

1- Você costuma assistir filmes?

() Sim () Não () às vezes

Com que frequência?

() Uma vez por mês () Duas vezes por mês () Três vezes por mês () Toda semana

2- Onde você costuma assistir filmes?

() Cinema () DVD () Televisão () Eventos culturais

3. Você gosta do cinema nacional?

() Sim () Não Por que? _____

4. Cite pelo menos três filmes nacionais que você viu e gostou e um curta metragem:

5- Você conhece algum filme produzindo no Rio Grande do Norte e por um potiguar?

() Sim () Não Qual o filme? _____

6 – Em sua opinião o que deve ser feito para ter mais produções de filmes nacionais e locais?

() Cursos para ensinar as pessoas a fazerem filmes

() Incentivos do governo para financiar as produções de filmes

() Financiamento da iniciativa privada para as produções de filmes

[Digite texto]

() Acesso as novas tecnologias que ajudam nas produções de filmes

7 – Como você ficou sabendo da oficina de produção de vídeo em sua cidade?

() Amigos () Divulgação em rádio ou internet

() Divulgação da prefeitura () Cartazes pela cidade

8 – O que fez você querer fazer essa oficina de produção de vídeo?

9 – Você trabalha ou já trabalhou em alguma produção de vídeo?

() Sim () Não

Qual? _____

10 – Você sabe utilizar algum tipo de equipamento para gravação e edição de vídeos?

() Sim () Não Qual? _____

11 – Você já fez algum vídeo ou filme mesmo que de forma caseira?

() Sim () Não

Qual? _____

12 – Você já fez alguma oficina de vídeo antes?

() Sim () Não

Onde? Quem ministrou?

13 – Já teve oficinas de vídeo na sua cidade?

() Sim () Não

Quando? _____

14 – O que você espera da oficina de vídeo oferecida pelo Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura ?

15 – O que você acha de iniciativas como as do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura em oferecer oficinas culturais pelas cidades do interior do RN?

[Digite texto]

APÊNDICE B:

Questionários da pesquisa de campo: Pós oficina

Prezado (a) participante sou mestranda do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia - UFRN, estou fazendo uma pesquisa acadêmica sobre a produção audiovisual no RN, e necessito de sua atenção para preencher este formulário. Por meio deste questionário pretendo verificar as ações do processo de produção das oficinas de vídeo do Coletivo CC&C – Caminhos, Comunicação & Cultura. Desde já agradeço a colaboração e garanto o sigilo dos dados.

Nome: _____ Idade: _____

Onde mora: _____ Sexo: () M () F Onde nasceu _____

Escolaridade: _____ Profissão: _____

Questionário

1 – O que você achou da oficina de vídeo?

() Ótima () Boa () Regular () Ruim () Péssima

2- A metodologia utilizada pelo oficineiro foi satisfatória para o aprendizado proposto na oficina?

() Sim () Não

Por que? _____

3 – Você teve alguma dificuldade em utilizar os equipamentos usados na produção do vídeo? () Sim () Não

Qual equipamento? _____

4- Na sua opinião o que atrapalhou o aprendizado na oficina de vídeo?

- a) () Carga horária da oficina b) () Local onde foi feita a oficina
 c) () Material didático utilizado d) () Oficineiro e) () Equipamento utilizado
 f) () Nada atrapalhou

5- Você pretende fazer outras oficinas de vídeo?

() Sim () Não

Por que? _____

6 – Você se sente preparado para fazer vídeos depois da oficina?

() Sim () Não

Por que? _____

7- Você conseguiu acompanhar todo conteúdo da oficina sem dificuldades?

[Digite texto]

Sim Não

Por que? _____

8 – Que área da produção de vídeo você mais se identificou e pretende se qualificar mais?

Roteiro Produção Captura de Imagens Edição

9 – Depois da oficina você mudou seu conceito com relação a produção audiovisual nacional e local?

Sim Não

Por que? _____

10- Você acha que o acesso a equipamentos digitais (filmadoras, câmera fotográfica e celular) ajudam na produção audiovisual independente?

Sim Não

Por que? _____

11- Na sua opinião a oficina oferecida pelo Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura ajuda na formação de futuros profissionais do audiovisual no RN?

Sim Não

Por que? _____

12- Você pretende trabalhar com produção de vídeo a partir de agora?

Sim Não

Por que? _____

13 – O que você achou do resultado final do vídeo produzido na oficina?

Ótimo Bom Regular Ruim Péssimo

Por que? _____

14 – Em sua opinião o que deve ser feito para ter mais produções de vídeos no RN?

Cursos para ensinar as pessoas a fazerem filmes

Incentivos do governo para financiar as produções de filmes

Financiamento da iniciativa privada para as produções de filmes

Acesso as novas tecnologias que ajudam nas produções de filmes

15 – O que você achou da iniciativa do Coletivo Caminhos, Comunicação & Cultura em oferecer oficinas culturais na sua cidade? _____

[Digite texto]

ANEXOS:

EDITAL DO PROGRAMA BANCO DO NORDESTE DE CULTURA/PARceria BNDES – EDIÇÃO 2012

1. APRESENTAÇÃO

O Programa Banco do Nordeste de Cultura foi criado pelo Banco do Nordeste em 2005, com o objetivo de democratizar o acesso aos recursos disponíveis para financiamento de ações culturais, desenvolvidas em benefício da Região Nordeste, norte de Minas Gerais e norte do Espírito Santo.

Durante suas sete edições foram patrocinados 1.371 projetos, beneficiando diretamente 350 municípios. O Programa Banco do Nordeste de Cultura vem priorizando a cultura do Nordeste e a do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo, considerando que estão inseridas na cultura brasileira e universal. De acordo com as prioridades políticas apontadas pela conferência nacional de cultura e pelo Governo Federal para a cultura, o Programa está focado na facilitação do acesso da comunidade aos instrumentos, equipamentos e meios de produção de bens culturais, bem como intercâmbio com outras culturas, na formação de novas plateias e de cidadãos críticos e conscientes, na ampliação e na democratização das oportunidades de criação, circulação e fruição dos bens culturais, bem como na promoção, proteção e transmissão da diversidade cultural.

O Programa foi estruturado tendo como base quatro princípios básicos: interesse da região, uma vez que o Banco do Nordeste é o principal órgão do Governo Federal para o desenvolvimento do Nordeste; acesso democrático a todos que fazem parte da cadeia produtiva da cultura, com igualdade de possibilidades; transparência do processo de seleção, oferecendo a todos as informações a cerca dos critérios de seleção e da metodologia de análise; e finalmente, acompanhamento que permita o cumprimento dos objetivos de cada ação e do programa como um todo.

Foram essas características, bem como os resultados obtidos, que promoveram a aproximação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), hoje copatrocinador do Programa.

Desde 1995 o BNDES utiliza recursos não-reembolsáveis para apoiar projetos culturais, prioritariamente em investimentos na preservação do patrimônio histórico nacional e na produção audiovisual. Hoje, pela regularidade e pelo montante de recursos já investido, o BNDES é o maior investidor do país no segmento de Patrimônio Histórico e o segundo maior no de Audiovisual.

A participação do BNDES no Programa Banco do Nordeste de Cultura, iniciada no ano de 2009, atende à diretriz adotada pelo BNDES de promover a descentralização territorial da oferta de bens culturais, aproveitando a maior capilaridade do Programa no apoio a projetos culturais no Nordeste e demais áreas de atuação do Banco do Nordeste.

Essa parceria contribuiu, sobremaneira, para a ampliação dessa possibilidade de concretização de ações pensadas pelos protagonistas da cultura, situados nos mais diversos municípios da área de atuação do Banco do Nordeste, principalmente naqueles menos providos de atividades culturais.

Consolidando essa parceria, o BANCO DO NORDESTE e o BNDES abrem o Edital do PROGRAMA BANCO DO NORDESTE DE CULTURA/ PARceria BNDES – Edição 2012, patrocinando conjuntamente e com recursos próprios, projetos nas áreas de música, literatura, artes cênicas, dança, artes visuais, audiovisual, patrimônio, e artes integradas, alocando o valor de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais).

Para saber quais são os municípios da área de atuação do Banco do Nordeste, consultar:

[Digite texto]

http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/o_banco/perfil-municipios_atendidos/gerados/municipiosatendidos_con.asp

2. OBJETIVOS

O Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES tem os seguintes objetivos:

- Investir recursos financeiros do BANCO DO NORDESTE e do BNDES, disponíveis para a cultura, em atividades de interesse da Região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;
- Promover a democracia cultural mediante a participação da comunidade na produção e/ou fruição das ações culturais apoiadas pelo BANCO DO NORDESTE e BNDES;
- Promover e proteger a diversidade das expressões culturais da Região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;
- Apoiar prioritariamente a realização de projetos culturais que estão fora da evidência do mercado e que contemplem a cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;
- Promover a realização de projetos culturais nos municípios da área de atuação do BANCO DO NORDESTE menos providos de atividades relacionadas à cultura;
- Consolidar a imagem do BANCO DO NORDESTE e do BNDES como empresas socialmente responsáveis, atuando no processo de patrocínio cultural de forma profissional e ética, visando ao desenvolvimento sustentável da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo.

3. REQUISITOS

O proponente do projeto deve atender aos seguintes requisitos:

- Quanto à personalidade – atender a uma das seguintes opções:
- Ser Pessoa Física;
- Ser Pessoa Jurídica de Direito Público Interno: pertencente à esfera administrativa Federal, Estadual ou Municipal; autarquias, inclusive as associações públicas; ou demais entidades de caráter público criadas por lei. As Universidades somente poderão se inscrever através de suas fundações.
- Pessoa Jurídica de Direito Privado: sem fins lucrativos (instituição de educação, instituição de assistência social, instituição de caráter filantrópico, recreativo, cultural ou científico); ou demais instituições com fins lucrativos (sociedades, empresas, cooperativas, tais como produtoras, empresas especializadas na execução de projetos culturais, etc.) ou empreendedores individuais.
- Quanto à situações de regularidade fiscal:
- Não se encontrar em situação de inadimplência junto ao Banco do Nordeste, ao BNDES ou outros órgãos da Administração Federal direta e indireta. ATENÇÃO: ao inscrever-se no presente Edital, o proponente autoriza o Banco do Nordeste e o BNDES a realizar levantamento cadastral sobre seu respectivo CPF ou CNPJ. Para esse levantamento, serão consultadas as bases de dados do SERASA, CADIN, Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundo (CCF), Banco Central e também os registros internos do Banco do Nordeste e BNDES.
- Quanto ao prazo de realização dos projetos:
- Os projetos inscritos deverão ter período total de realização de até 18 (dezoito) meses. Em caso de seleção do projeto, os contratos de patrocínio serão firmados e desembolsados impreterivelmente no período de 01 de junho a 31 de dezembro de 2012, podendo sua execução estender-se até o dia 31 de dezembro de 2013.

É vedada a inscrição de projetos por parte de integrantes das Comissões de Avaliação ou de entidades aos quais estejam vinculados, assim como a qualquer integrante da força de trabalho do Banco do Nordeste ou BNDES como pessoa física (funcionário ativo ou aposentado; [Digite texto])

terceirizado, durante a vigência de seu contrato) e como pessoa jurídica, como participante da direção de entidade proponente. O descumprimento de quaisquer das condições acima descritas implicará a impugnação do projeto em qualquer fase da seleção ou contratação.

4. LINHAS DE ATUAÇÃO

O Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES patrocinará com recursos do BANCO DO NORDESTE e BNDES projetos inscritos nas áreas de MÚSICA, LITERATURA, ARTES CÊNICAS, DANÇA, ARTES VISUAIS, AUDIOVISUAL, PATRIMÔNIO e ARTES INTEGRADAS.

DESTINAÇÃO DOS RECURSOS

O Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES investirá o montante de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), contemplando um mínimo de 303(trezentos e três) projetos, distribuídos nas áreas conforme abaixo:

MÚSICA

Na área de Música, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem a produção musical solo ou coletiva, de músicos, compositores ou intérpretes, em todas as formas e gêneros da música; formação de grupos musicais (bandas, corais e orquestras), aquisição de instrumentos musicais, partituras, realização de espetáculos e manutenção de estrutura para funcionamento das atividades musicais; projetos que contemplem a publicação de registro da produção da música, solo ou coletiva, da história da música e partituras; realização de festivais, mostras, seminários, congressos e outros eventos direcionados a categorias de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, possibilitando o acesso ao consumo da música, ou que estimulem a formação e o desenvolvimento profissional de músicos (compositores e intérpretes). Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço de inserção nas diversas formas de distribuição e comercialização.

ATENÇÃO: os projetos de música folclórica, instrumentos e composições direcionados à produção musical de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, ciganos, descendentes de imigrantes, assim como composições para folias, reisados, danças tradicionais e outros tipos de manifestação relacionada a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação Patrimônio.

Serão destinados R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 32 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 320.000,00
 - Mínimo de 14 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 280.000,00
 - Mínimo de 8 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 400.000,00
 - Mínimo de 5 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 500.000,00
 - Mínimo total de projetos a serem contemplados: 59 LITERATURA, Na área de Literatura, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem ações de incentivo à leitura e formação de novos leitores, de valorização e estímulo à criação e circulação de acervos bibliográficos, de ampliação e renovação de bibliotecas públicas e escolares, além de práticas promotoras do acesso e da democratização da leitura; produção literária individual ou coletiva de autores em todos os estilos, dirigidas ao público adulto e/ou infantil, compreendendo a edição de livros, revistas, história em quadrinhos, publicações eletrônicas, pesquisas culturais e similares; realização de bienais, mostras, seminários, congressos, concursos literários e outros eventos direcionados a categorias de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, que possibilitem o acesso ao consumo da literatura, ou estimulem a formação e o desenvolvimento
- [Digite texto]

profissional de escritores. Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço de inserção nas diversas formas de distribuição e comercialização.

ATENÇÃO: os projetos relacionados a lendas, contos populares, contos tradicionais e folclóricos, folhetos de cordéis, produção literária de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, ciganos, descendentes de imigrantes, assim como outras manifestações relacionadas a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação Patrimônio.

Serão destinados R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 18 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 180.000,00
 - Mínimo de 11 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 220.000,00.
 - Mínimo de 6 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
 - Mínimo de 3 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
 - Mínimo total de projetos a serem contemplados: 38 ARTES CÊNICAS Na área de Artes Cênicas, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá a produção das artes cênicas solo ou coletiva, em todas as formas e gêneros dirigidos ao público adulto, infantil, terceira idade ou pessoas com deficiência, incluindo a aquisição de material cênico, equipamentos, figurinos e adereços para a realização de espetáculos de teatro, circo, ópera, mímica e congêneres, exceto dança; projetos que contemplem a publicação de registro da produção das artes cênicas, solo ou coletiva, da história da dramaturgia e textos teatrais; realização de festivais, mostras, seminários, congressos e outros eventos direcionados a categorias de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, que possibilitem o acesso ao consumo das artes cênicas ou estimulem a formação e o desenvolvimento de profissionais das artes cênicas (diretores, atores, produtores, cenógrafos, etc.). Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço de inserção nas diversas formas de distribuição e comercialização.
- ATENÇÃO: os projetos relacionados a cortejos, encenações de tipo popular, tradicional ou folclórica, de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, ciganos, descendentes de imigrantes, assim como folias, reisados, maracatus, ou outras manifestações relacionadas a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação.

Patrimônio.

Serão destinados R\$ 1.250.000,00 (um milhão, duzentos e cinquenta mil reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 30 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
- Mínimo de 15 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
- Mínimo de 7 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 350.000,00
- Mínimo de 3 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 55

DANÇA

Na área de Dança, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá a produção de apresentações solo ou coletiva, dirigidos ao público adulto, infantil, terceira idade ou pessoas com deficiência, incluindo a aquisição de material cênico, equipamentos, figurinos e adereços para a realização de espetáculos de dança; projetos que contemplem a publicação de registro da produção da dança, solo ou coletiva, da história dessa arte, bem como estudos coreográficos; realização de festivais, mostras, seminários, congressos e outros

[Digite texto]

eventos direcionados ao atendimento de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, que possibilitem o acesso ao consumo da dança ou estimulem a formação e o desenvolvimento de profissionais (diretores, produtores, dançarinos, coreógrafos, cenógrafos, iluminadores, etc.). Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço de inserção nas diversas formas de distribuição e comercialização.

ATENÇÃO: os projetos relacionados a danças populares, tradicionais ou folclóricas, de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, ciganos, descendentes de imigrantes, assim como outras manifestações relacionadas a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação Patrimônio. Serão destinados R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 8 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 80.000,00
- Mínimo de 6 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 120.000,00
- Mínimo de 2 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 100.000,00
- Mínimo de 2 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 200.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 18

ARTES VISUAIS

Na área de Artes Visuais, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem o registro gráfico da produção solo ou coletiva, das obras de artistas visuais e artesãos, em todas as formas e gêneros das artes visuais; preservação, conceituação, projetos que contemplem a publicação de registro da produção, solo ou coletiva, das obras de artistas visuais e artesãos ou da história da arte, em todas as formas e gêneros das artes visuais; realização de exposições coletivas, mostras, seminários, congressos e outros eventos direcionados a categorias de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, que possibilitem o acesso ao consumo das artes visuais ou que estimulem a formação e o desenvolvimento profissional de artistas das artes visuais (pintores, escultores, fotógrafos, etc.). Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço de inserção nas diversas formas de distribuição e comercialização.

ATENÇÃO: os projetos relacionados à modernização, catalogação, indexação, organização, conservação ou preservação de acervos, assim como registro ou exposição sobre a cultura nordestina, ou exposições de artesanato, manifestações populares, tradicionais ou folclóricas, de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, ciganos, descendentes de imigrantes, assim como outras manifestações relacionadas a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação Patrimônio.

Serão destinados R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 22 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 220.000,00
- Mínimo de 14 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 280.000,00
- Mínimo de 6 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
- Mínimo de 2 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 200.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 44

AUDIOVISUAL

Na área de Audiovisual, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem a produção, finalização e publicação de obras audiovisuais de cinema, vídeo, mídias digitais e similares em todos os gêneros, cujo valor do [Digite texto]

patrocínio solicitado não seja inferior a 30% do montante final do projeto; realização de mostras não competitivas, seminários, congressos e outros eventos direcionados a categorias de públicos infantil, adulto, da terceira idade, ou pessoas com deficiência, que possibilitem o acesso ao consumo do audiovisual ou que estimulem a formação e o desenvolvimento profissional (cinégrafistas, diretores, produtores, assistentes, etc.). Serão priorizados projetos com temáticas da cultura do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste) que não têm encontrado espaço comercial ou que não estão inseridos nas diversas formas de distribuição e comercialização.

ATENÇÃO: os projetos relacionados ao registro de manifestações populares, tradicionais ou folclóricas, de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, bem como outras manifestações relacionadas a patrimônio material ou imaterial deverão ser enquadrados na Linha de Ação Patrimônio.

Serão destinados R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 12 projetos até R\$ 25.000,00, totalizando R\$ 300.000,00.
- Mínimo de 6 projetos de R\$ 25.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 300.000,00
- Mínimo de 4 projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 400.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 22

PATRIMÔNIO

Seguindo os conceitos utilizados pela UNESCO (órgão das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. www.unesco.org) e pelo IPHAN (Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. www.iphan.gov.br), o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem a prática, a documentação e/ou melhoria das condições de sustentabilidade das representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Serão priorizados projetos que contemplem a transmissão de conhecimentos entre gerações, bem como a recriação desses conhecimentos em função do contexto histórico ou geográfico, além de projetos que incentivem a identidade e o respeito por esses conhecimentos; montagem e guarda de acervos museográficos, focando a memória cultural do Nordeste e do norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo (área de atuação do Banco do Nordeste), além de ações que promovam o acesso democrático a esses bens.

ATENÇÃO: Essa Linha de Atuação contemplará projetos relacionados a artesanato, manifestações folclóricas, populares ou tradicionais, de povos indígenas, afro-descendentes, comunidades quilombolas, comunidades ciganas e de descendentes de imigrantes, assim como ações referentes a folias, reisados, danças tradicionais e outros tipos de manifestações relacionadas a patrimônio imaterial; contempla também projetos relacionados a modernização, catalogação, indexação, organização, conservação, preservação ou difusão de acervos. Serão destinados R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 8 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 80.000,00
- Mínimo de 6 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 120.000,00
- Mínimo de 2 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 100.000,00
- Mínimo de 2 Projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 200.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 18.

ARTES INTEGRADAS OU NÃO ESPECÍFICAS

[Digite texto]

Na área de Artes Integradas ou Não Específicas, o Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES abrangerá projetos que contemplem projetos classificados em mais de uma categoria artística, de forma integrada; ações que tenham como foco o acesso ao consumo de bens e produtos culturais; pesquisa e execução de propostas artísticas; e ações que permitam a continuidade no exercício da profissão artística. Serão destinados R\$ 1.250.000,00 (um milhão, duzentos e cinquenta mil reais), distribuídos em projetos nas seguintes categorias:

- Mínimo de 26 projetos até R\$ 10.000,00, totalizando R\$ 260.000,00
- Mínimo de 12 projetos entre R\$ 10.000,01 a R\$ 20.000,00, totalizando R\$ 240.000,00
- Mínimo de 7 projetos de R\$ 20.000,01 a R\$ 50.000,00, totalizando R\$ 350.000,00
- Mínimo de 4 Projetos de R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00, totalizando R\$ 400.000,00
- Mínimo total de projetos a serem contemplados: 49.

5. INSCRIÇÃO DE PROJETOS

O período de inscrição dos projetos será de 01 de novembro a 16 de dezembro de 2011, mediante entrega de 6 (seis) vias do formulário de inscrição impresso, devidamente preenchido com letra legível, digitado ou datilografado, assinado por responsável pelo projeto e acompanhado de 6 (seis) cópias de anexos indicados no formulário. A entrega dos projetos deve ser feita nos Estados de onde são oriundos, nas respectivas sedes das Superintendências Estaduais do BANCO DO NORDESTE, nos endereços abaixo indicados, de segunda a sexta-feira, no horário de 10h às 16h, ou enviados pelo correio, para essas mesmas

Superintendências com correspondência registrada com Aviso de Recebimento - AR (considerada a data de postagem), em envelope devidamente identificado:

Projetos oriundos do Estado de Alagoas: - Superintendência Estadual de Alagoas

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Rua da Alegria, 407 – Centro – 2º. andar - Maceió-AL CEP 57020–320

Projetos oriundos do Estado da Bahia: - Superintendência Estadual da Bahia

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Av. Manoel Dias da Silva, 2450 – Pituba - Salvador-BA CEP 41830-001

Projetos oriundos do Estado do Ceará: Centro Cultural Banco do Nordeste – FORTALEZA
Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Rua Floriano Peixoto, 941 – Centro - Fortaleza-CE CEP 60025-130

Funcionamento: Terça a Sábado, de 10h às 20h - Domingo, de 12h às 18h

Ou Centro Cultural Banco do Nordeste – CARIRI - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES -Apresentação de Projeto - Rua São Pedro, 337 – Centro - Juazeiro do Norte-CE CEP 63010-010 - Funcionamento: Terça a Sábado, de 13h às 21h

Projetos oriundos do Estado do Maranhão: - Superintendência Estadual do Maranhão

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Av. Colares Moreira, Quadra 100, Lt II - Ed. Expresso XXI – Renascença II - São Luís-MA CEP 65015-440

Projetos oriundos do Estado da Paraíba: - Superintendência Estadual da Paraíba

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Avenida Epitácio Pessoa, 1251 – Bairro dos Estados -Empresarial Epitácio Pessoa – 12º. andar

João Pessoa-PB - CEP 58030-001 - Ou Centro Cultural Banco do Nordeste – SOUSA

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto
Rua Cel. José Gomes de Sá, 5 – Centro - Sousa-PB CEP 58800-050

Funcionamento: Terça a Sexta, de 13h às 21h - Sábado, de 14h às 22h

Projetos oriundos do Estado de Pernambuco:

[Digite texto]

Superintendência Estadual de Pernambuco - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto - Av. Conde da Boa Vista, 800. Ed. Apolônio Sales. 2º andar - Boa Vista -Recife-PE CEP 50060-004

Projetos oriundos do Estado do Piauí:

Superintendência Estadual do Piauí - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES

Apresentação de Projeto - Rua Rui Barbosa 163 – Centro – 1º. Andar - Teresina-PI CEP 64000-090

Projetos oriundos do Estado do Rio Grande do Norte:

Superintendência Estadual do Rio Grande Norte - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 –/Parceria BNDES - Apresentação de Projeto - Av. Antônio Basílio, 3006 I Loja 35C – Lagoa Nova

Edifício Comercial Lagoa Center - Natal-RN CEP 59054-380

Projetos oriundos do Estado de Sergipe:

Superintendência Estadual de Sergipe - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES

Apresentação de Projeto - Rua Itabaianinha, 44, 3º andar - Aracaju-SE CEP 49010-190

Projetos oriundos dos Estados do Espírito Santo e Minas Gerais:

Superintendência Estadual do Espírito Santo e Minas Gerais - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES - Apresentação de Projeto

Avenida Dep. Esteves Rodrigues, 840 – Centro - Edifício São Judas Tadeu – 4º. Andar - Montes Claros-MG CEP 39400-215

OBS.: Os projetos oriundos de outros Estados, não citados acima, deverão ser enviados para: Centro Cultural Banco do Nordeste – FORTALEZA - Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 – Parceria BNDES - Apresentação de Projeto: Rua Floriano Peixoto, 941 – Centro - Fortaleza-CE CEP 60025-130

6. HABILITAÇÃO DE PROJETOS

Todos os projetos inscritos passarão por uma análise técnica objetivando a habilitação para a fase de seleção. serão considerados desabilitados projetos que apresentarem as seguintes inconsistências:

1. Valor do patrocínio solicitado ao Programa acima do limite determinado em Edital;
2. Valor do patrocínio solicitado ao Programa abaixo de 30% (trinta por cento) do valor total do projeto, na área de Audiovisual;
3. Ausência de preenchimento do item 3 do Formulário de Inscrição - Pessoa Física, Currículo da Pessoa Física, para casos em que o proponente se identifique como tal;
4. Ausência de preenchimento ou preenchimento incorreto do item 3 do Formulário de Inscrição - Pessoa Jurídica, Histórico da Pessoa Jurídica, para casos em que o proponente se identifique como tal;
5. Ausência, no orçamento, da previsão de impostos previstos por lei – somente para o caso de pessoas físicas e instituições com fins lucrativos, sociedades, empresas, cooperativas ou empreendedores individuais;
6. Ausência do período de execução no item “Realização do Projeto” ou preenchimento fora do estipulado em edital (18 meses);
7. Ausência de definição das datas e/ou períodos no item “Cronograma”;
8. Ausência de identificação das outras fontes de financiamento no item “Orçamento”, no caso de patrocínio parcial do Programa;
9. Preenchimento ilegível do Formulário de Inscrição;

[Digite texto]

10. Duplicidade ou ausência de preenchimento da área artística no item “Identificação do Projeto”;
11. Duplicidade de preenchimento na identificação do proponente;
12. Submissão do projeto fora do prazo das inscrições;
13. Preenchimento em formulário de edições anteriores a esta edição do Programa;
14. Solicitação de remuneração para captação de recursos, no item “Orçamento”, com os recursos do Programa;
15. Ausência de produtos (CDs, DVDs, livros, catálogos etc.), quando imprescindíveis para a avaliação do projeto;
16. Ausência das 06 (seis) vias do formulário de inscrição e 06 (seis) cópias do material anexo discriminado no projeto.

A lista dos projetos habilitados para o processo de seleção no Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES será divulgada no portal institucional do BANCO DO NORDESTE, www.bnb.gov.br/cultura, em 20 de janeiro de 2012.

7. SELEÇÃO DE PROJETOS

Para seleção dos projetos habilitados a serem contemplados pelo Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES, serão considerados os seguintes critérios:

1. Qualidade técnica e/ou artística;
2. Atendimento aos interesses da comunidade e/ou desenvolvimento de ações que promovam a acessibilidade e a formação de platéias;
3. Ações e investimentos dos recursos financeiros voltados prioritariamente para municípios da área de atuação do Banco do Nordeste (região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo), menos providos de atividades culturais;
4. Formação ou aperfeiçoamento profissional;
5. Viabilidade físico-financeira e condições de sustentabilidade;
6. Ineditismo da proposta; e
7. Potencialidade de consolidação da imagem do BANCO DO NORDESTE e do BNDES junto à sociedade.

Os projetos serão analisados por comissão julgadora composta por 40 avaliadores representantes de todos os Estados onde o BANCO DO NORDESTE atua. Serão formadas 8 (oito) comissões avaliadoras, uma para cada área do Edital (Música, Literatura, Artes Cênicas, Dança, Artes Visuais, Audiovisual, Patrimônio e Artes Integradas ou Áreas Não Específicas). Cada comissão terá 5 (cinco) avaliadores externos, representantes de Estados diferentes. O nome dos integrantes das comissões avaliadoras serão informados por oportunidade da divulgação do resultado final.

A seleção será feita pela comissão julgadora considerando os critérios acima descritos (1 a 6). Cada avaliador atribuirá notas para os seis critérios, variando de 0 a 10. Durante a consolidação das notas, serão desconsideradas as notas maior e menor, atribuídas pelas comissões julgadoras, em cada critério. Cabe ao Banco do Nordeste e ao BNDES a atribuição de nota ao critério de número 7 - Potencialidade de consolidação da imagem do BANCO DO NORDESTE e do BNDES junto à sociedade.

Para seleção final, serão considerados os seguintes recortes:

a) no mínimo, 50% (cinquenta por cento) do total dos recursos serão destinados para projetos cujas ações sejam realizadas em municípios com Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) abaixo da média do Nordeste e/ou Índice de Exclusão Social (IES) acima da média do Nordeste, considerado os seguintes valores:

- Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) NORDESTE: 0,749
- Índice de Exclusão Social (IES) NORDESTE: 40,95%

[Digite texto]

b) no mínimo, 25% (vinte e cinco por cento) do total dos recursos serão destinados a projetos cujas ações sejam realizadas em municípios incluídos no Programa “Territórios da Cidadania”, instituído pelo Governo Federal, através de Decreto de 25 de fevereiro de 2008, publicado no Diário Oficial da União No. 38, de 26 de fevereiro de 2008.

c) no mínimo, 50% (cinquenta por cento) do total dos recursos serão destinados a proponentes pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos.

O resultado final do processo de seleção dos projetos será encaminhado às Diretorias do BANCO DO NORDESTE e BNDES, a quem cabe a deliberação final sobre o resultado do Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES – Edição 2012.

8. CONTRATAÇÃO E DESEMBOLSO

A relação dos projetos contemplados no Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES será divulgada no dia 31 de maio de 2012. Os contratos de patrocínio serão firmados e desembolsados impreterivelmente no período de 01 de junho a 31 de dezembro de 2012, podendo sua execução estender-se até o dia 31 de dezembro de 2013. Fica estabelecido que o proponente que não apresentar a documentação solicitada dentro do prazo retrocitado (01 de junho a 31 de dezembro de 2012), deverá ser desclassificado e o patrocínio redirecionado para outro finalista, respeitada a ordem de classificação indicada pela Comissão de Seleção. A contratação e o desembolso do patrocínio a um projeto selecionado no Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES estão condicionados ao fato de o contemplado estar em situação regular com suas obrigações fiscais, nas esferas municipal, estadual e federal, bem como à apresentação dos documentos elencados abaixo:

7.1. Pessoa Jurídica

1) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor ou requerimento de Micro Empresário ou Certificado de condição de Microempreendedor Individual, devidamente arquivado no Registro Público de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme a respectiva natureza, devendo ser informado, no caso de haver mais de um representante legal, qual deles representará o contratado na assinatura do instrumento contratual a ser celebrado com o BANCO DO NORDESTE;

2) documentos de eleição dos administradores, procuração ou ata de assembléia que outorgou poderes ao(s) representante(s), em caso dessa atribuição não estar prevista no contrato social;

3) cópia da cédula de identidade, do CPF/MF e do comprovante de residência do(s) representante(s) do contratado que irão celebrar o contrato com o BANCO DO NORDESTE;

e

4) Cópia do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

5) Certidão Negativa de Débito (CND) expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil;

6) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional;

7) Certificado de Regularidade do FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal;

8) Comprovante de que a proponente encontra-se em dia com a entrega da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

OBSERVAÇÃO: Caso o Empreendedor Individual não seja empregador, fica dispensado da apresentação da RAIS NEGATIVA, conforme disposto na Portaria MTE nº 371 de 24.02.2011.

7.2. Pessoa Física

1) Cédula de Identidade;

2) Comprovante de residência;

[Digite texto]

- 3) Comprovante de inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, no caso de empresário individual;
- 4) no caso de estrangeiro, cópia do passaporte com visto que permita atuar profissionalmente no Brasil.
- 5) prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF; e
- 6) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com efeitos de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- 7) Declaração de que não integra relação de trabalho na posição de empregador, portanto não gera relação jurídica trabalhista capaz de imputar o ônus de recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), ou comprovação de que está em dia com as obrigações relativas ao FGTS, mediante apresentação de Certificado de Regularidade do FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal, através do endereço www.caixa.gov.br.
- 8) Número junto ao INSS (NIT ou PIS/PASEP).

A liberação dos recursos aprovados dar-se-á única e exclusivamente mediante crédito em conta-corrente aberta no BANCO DO NORDESTE, de titularidade do proponente contemplado. Para instituições de natureza jurídica de atividade lucrativa, também será necessária ao desembolso a apresentação de nota fiscal no valor do patrocínio aprovado. Serão descontados do valor total do patrocínio os impostos previstos por lei, em níveis municipal, estadual e federal, conforme tabelas abaixo. As retenções obedecerão às eventuais alterações dessas alíquotas. Não incidirão impostos para Entidades sem Fins Lucrativos, desde que se comprove a isenção no nível federal.

7.3. ALÍQUOTAS DE RETENÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA (FEDERAL) – conforme tabela progressiva mensal abaixo reproduzida, para fatos gerados ocorridos no ano-calendário de 2012.

Para o caso de Pessoa Física

Tabela Progressiva para o cálculo mensal do Imposto de Renda de Pessoa Física, ano calendário de 2012. Base de cálculo mensal em R\$ Alíquota % Parcela a deduzir do imposto em R\$, Até 1.637,11 -

| | | |
|--------------------------|------|--------|
| De 1.637,12 até 2.453,50 | 7,5 | 122,78 |
| De 2.453,50 até 3.271,38 | 15,0 | 306,80 |
| De 3.271,39 até 4.087,65 | 22,5 | 552,15 |
| Acima de 4.087,65 | 27,5 | 756,53 |

Para o caso de Pessoa Jurídica Retenção de 4,8%

Obs.: Conforme disposto na Instrução Normativa SRF nº 480, de 15 de dezembro de 2004, não incidirão impostos dessa natureza sobre as Empresas optantes pelo SIMPLES NACIONAL, assim como entidades sem fins lucrativos.

7.4. ALÍQUOTAS DE RETENÇÃO DO IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA - ISSQN (MUNICIPAL)

Para o caso de Pessoa Jurídica

De acordo com a alíquota do município onde o projeto será realizado.

Obs.: Não incidirão impostos dessa natureza sobre as Empresas optantes pelo SIMEI, mediante comprovação da referida opção de acordo com a legislação que se aplica ao Microempreendedor Individual - MEI;

9. CONTRAPARTIDAS AO PROGRAMA BANCO DO NORDESTE DE CULTURA/ PARCERIA BNDES

Todos os projetos contemplados deverão oferecer ao Programa, no mínimo, as seguintes contrapartidas:

[Digite texto]

1. Inclusão das logomarcas institucionais do BANCO DO NORDESTE, do BNDES e do GOVERNO FEDERAL, além de outros produtos/serviços associados, a critério exclusivo do Banco, em todos os produtos gerados e peças de divulgação e de distribuição;
2. Inclusão das logomarcas institucionais do BANCO DO NORDESTE, do BNDES e do GOVERNO FEDERAL, além de outros produtos/serviços associados, a critério exclusivo do BANCO DO NORDESTE, em espaços onde serão realizados os eventos;
3. Citação verbal do patrocínio do BANCO DO NORDESTE e do BNDES em todas as entrevistas concedidas à imprensa sobre o projeto;
4. Doação de 20% (vinte por cento) de qualquer produto gerado pelo projeto (livro, disco, CD, DVD, catálogo, ingressos, etc.) para uso a critério do BANCO DO NORDESTE e do BNDES, no caso de patrocínio exclusivo. No caso de patrocínio parcial, esse percentual será proporcional ao valor investido pelo Programa; e
5. Disponibilidade para participar de eventos nos Centros Culturais do BANCO DO NORDESTE, sobre o projeto contemplado no Programa Banco do Nordeste de Cultura – Parceria BNDES, quando convidado (neste caso, o BANCO DO NORDESTE será responsável pelas despesas para realização do evento, exclusive pagamento de cachês).

10. PRESTAÇÃO DE CONTAS

Todos os beneficiados deverão apresentar relatório final, conforme modelos disponibilizados no site institucional do BANCO DO NORDESTE (www.bnb.gov.br/cultura), no prazo máximo de 30 (trinta) dias após conclusão de todas as fases, contendo as seguintes informações:

- Detalhamento das despesas realizadas, com cópia das respectivas notas/cupons fiscais e recibos (para fornecedores de natureza jurídica);
- detalhamento das despesas realizadas, com cópia dos respectivos recibos discriminados, em que devam constar, ainda, RG, CPF, nome e endereço completos do fornecedor (para prestadores de natureza física);
- público atingido, classificado quantitativa e qualitativamente;
- número de profissionais envolvidos e funções desempenhadas;
- reprodução de todas as peças de divulgação, promoção e distribuição; e
- cópias das matérias publicadas na mídia impressa (jornais e revistas) e eletrônica (rádio, televisão e Internet).

O Formulário de Avaliação e Prestação de Contas e seus anexos deverão ser entregues na sede do Centro Cultural Banco do Nordeste-Fortaleza ou enviados pelo correio, como correspondência registrada com Aviso de Recebimento - AR, em envelope devidamente identificado, endereçado para:

Centro Cultural Banco do Nordeste

Programa Banco do Nordeste de Cultura 2012 / Parceria BNDES

Prestação de Contas

Rua Floriano Peixoto, 941 – Centro

Fortaleza-CE CEP 60025-130

No caso de remessa pelo correio, o Aviso de Recebimento, emitido pelos Correios, será o comprovante de entrega da prestação de contas.

11. CONSIDERAÇÕES GERAIS

No caso de remessa pelo correio, o Aviso de Recebimento, emitido pelos Correios, será o comprovante de entrega da inscrição de projeto no Programa. É vedada a apresentação de projetos por funcionários do BANCO DO NORDESTE e do BNDES como pessoa física ou, no caso de pessoa jurídica, como participante da direção de entidade proponente. Não será permitida a apresentação de projetos cujos eventos tenham como lugar de realização as [Digite texto]

dependências dos Centros Culturais do BANCO DO NORDESTE, com sedes em Fortaleza-CE, Juazeiro do Norte - CE e Sousa-PB, uma vez que existe edital específico para a programação desses equipamentos culturais. O Banco do Nordeste e o BNDES reservam-se o direito de divulgar o patrocínio e de utilizar, quando julgarem oportuno, imagens e produtos do projeto patrocinado em suas ações e peças de comunicação institucional, bem como em seus portais na Internet, sem qualquer ônus. Dessa forma, os termos contratuais entre o responsável pelo Projeto e os demais envolvidos devem contemplar a extensão da cessão de direito de utilização de imagens e produtos para as ações de comunicação do Banco do Nordeste e do BNDES, quando for o caso. Os projetos apresentados por pessoas físicas que contemplem a aquisição de equipamentos ou bens móveis, necessários para a realização das ações previstas, deverão apresentar carta de doação destes itens a uma instituição sem fins-lucrativos, por ocasião da prestação de contas. Ensejará a não aprovação da prestação de contas e a restituição do valor recebido pelo beneficiário, atualizado monetariamente desde a data do recebimento, acrescido de juros na forma da lei, os seguintes casos abaixo discriminados:

- a utilização dos recursos sem a realização do objeto do projeto cultural a que se destinou a concessão do benefício;
- cancelamento de evento cultural que ensejou o apoio ao objeto deste Edital;
- descumprimento de qualquer condição constante do presente Edital;
- a inobservância de dispositivos legais aplicáveis à concessão do apoio;
- constatação, em qualquer tempo, de falsidade documental, de inadimplência do beneficiado junto aos órgãos federais, estaduais ou municipais ou de fato cuja gravidade incorra em prejuízo ao objetivo proposto;
- não apresentação ou não aprovação da prestação de contas;
- utilização dos recursos em atividades não previstas neste Edital ou em despesas divergentes ao objeto a que se propôs; e
- aplicação dos recursos no mercado financeiro ou a sua utilização a título de empréstimo.

Serão previstas as sanções abaixo, caso seja constatado o fornecimento de informações inverídicas ou o não-cumprimento das obrigações assumidas no Contrato:

- a) Advertência;
- b) Exclusão do Processo de Seleção;
- c) Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor da colaboração financeira;
- d) Suspensão da colaboração financeira;
- e) Impedimento de realizar outras operações com o Banco do Nordeste e com o Sistema BNDES, pelo prazo de até 5 (cinco) anos.

12. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Encontram-se no site institucional do Banco do Nordeste, www.bnb.gov.br/cultura, todo o regulamento do Programa Banco do Nordeste de Cultura/Parceria BNDES, os formulários eletrônicos para a inscrição de projetos e o modelo de relatório para a prestação de contas, além de outras informações pertinentes ao programa.

O Banco do Nordeste não devolverá o material encaminhado para análise. Os projetos não classificados terão suas propostas descaracterizadas após a divulgação do resultado. Os casos omissos serão apurados pelo Ambiente de Gestão da Cultura do Banco do Nordeste e encaminhados à Diretoria do Banco do Nordeste e do BNDES para apreciação e decisão terminativa.

[Digite texto]

Para dirimir quaisquer questões decorrentes deste Edital, que não possam ser resolvidas pela mediação administrativa, fica eleito, desde já, o juízo competente, com Foro na cidade de Fortaleza-CE.