

TRILHA A SEGUIR: UMA PROPOSTA DE MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS DIGITAIS A PARTIR DO AUDIOVISUAL NA SERRA GAÚCHA.¹

Álvaro Benevenuto Jr.
Universidade de Caxias do Sul *
Cosette Castro
Universidade Católica de Brasília **

RESUMO

Este ensaio tem a finalidade de provocar quem pretende elaborar um projeto de pesquisa colaborativo. Ele foi construído a partir de anotações e observações de campo em atividades de estudos e de pesquisa que construíram a carreira de quem está atento às demandas da ascensão do espírito da cidadania, de aprendizagem e do acesso à informação, propondo a simbiose destas necessidades com o ambiente da academia. O texto começa com o reconhecimento da usabilidade dos *devices* de comunicação móvel, fenômeno tal que só foi possível a partir do desenvolvimento conjugado da sociedade e da indústria eletroeletrônica, apresenta comentários resultantes das observações realizadas em campo de pesquisa e encerra com sugestões sobre fenômenos que merecem atenção para qualificar a fruição audiovisual no ambiente virtual disponível, bem como propõe identificar os locais de origem e as formas como são produzidos, com o objetivo de montar um banco de dados para subsidiar políticas para o setor.

Palavras chaves: conteúdos digitais, pesquisa, *devices mobile*, produção audiovisual, política audiovisual.

1. *Devices* de comunicação por todos os lados

Apesar de não provocarem nenhum espanto, alguns dados precisam receber atenção. São os resultados da pesquisa sobre a inserção da tecnologia *mobile* nas sociedades contemporâneas, realizada pela Nielsen, que ouviu pessoas que vivem em países com a economia desenvolvida (aqui entendidos como aquelas nações economicamente estáveis e preponderantes nos negócios globais) e em países cujas economias se encontram em franco desenvolvimento (aqui entendido, especialmente, os participantes do BRIC – Brasil, Rússia, Índia e China, mais Austrália, Coreia do Sul e Turquia).

Foram usadas diferentes metodologias em cada nação para realizar a coleta de dados (conforme as condições da infraestrutura de cada localidade). Para manter o equilíbrio da

¹Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

*Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS, 2005) e pós-doutor em Comunicação (UCB, 2014). Professor de Jornalismo para televisão e Produção Audiovisual, na Universidade de Caxias do Sul. Coordenador do curso de Jornalismo da mesma instituição e pesquisador do Observatório Latino Americano de indústria de Conteúdos Audiovisuais. Fundador e coordenador do GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas. E-mail: abenevenutojr@gmail.com

**Doutora em Comunicação (UAB – Barcelona, 2004), pós-doutor pela Cátedra UNESCO de Comunicação (2012), professora do PPG em Comunicação da UCB, coordenadora do Observatório Latino-americano da Indústria de Conteúdos Digitais (OLAICID) e consultora da CEPAL. Fundadora e ex-coordenadora do GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas. E-mail: cosettecastro2012@gmail.com.

coleta, a população da amostragem, entretanto, foi mantida na faixa etária dos 16 aos 64 anos. O resultado foi apresentado em fevereiro de 2013. (NIELSEN, 2013, p. 37)

Os números globais indicam o uso cada vez mais frequente dos *smartphones* pelas populações das áreas pesquisadas. É, apenas, a confirmação do fenômeno que se percebe com uma simples observação em nossos hábitos cotidianos ao sair de casa para o escritório, em nossa atitude ao adquirir um destes *devices* em qualquer magazine ou na publicidade que sustenta os meios de comunicação.

Olhando para os dados brasileiros, 84% dos consumidores maiores de 16 anos, numa amostra de quatro mil pessoas, usam aparelhos celulares, sendo 36% deles *smartphones*. Este modelo é de uso mais frequente pelos jovens entre 16 e 24 anos (41%) e adultos jovens, da faixa dos 25 a 35 anos (40%), para se conectar às redes sociais (75%). (NIELSEN, 2013, p. 7-15)

Fato relevante: esta tecnologia de comunicação que agrega distintas modalidades de serviços foi possível com a digitalização do espectro, de investimentos em pesquisas, na expansão das redes de distribuição; no desenvolvimento da indústria eletro-eletrônica e na competição do mercado, que provoca a oferta de equipamentos e serviços com custos atraentes. Porém, isso não implica em valores compatíveis com as possibilidades econômicas das pessoas, fato que impõe distintas barreiras de acesso à tecnologia.

Mas se de um lado as barreiras econômicas dificultam o uso de *devices mobiles* por parcela significativa da população,² a existência destes equipamentos representam uma oportunidade para a produzir e fazer circular conteúdos que incentivem o espírito de justiça social, de solidariedade, de fiscalização e de exercício de cidadania. Os números da pesquisa Nielsen (2013) apenas confirmam as oportunidades que a tecnologia nos oferece.

2. Ideia na cabeça e câmera na mão

A multifuncionalidade oferecida pela arquitetura dos *smartphones* pode ser apreendida como o resumo da história das invenções que viabilizam a comunicação à distância. Ao operar na base da telefonia e, com o mesmo aparelho, poder capturar e armazenar imagens, sons e dados, entre as várias opções de aplicação do equipamento, o *smartphone* se apresenta como um *maitre* que nos convida a produzir nossas próprias

² Este é um problema sazonal, que pode ser solucionado com o desenvolvimento de políticas públicas de comunicação. Entretanto, é bom observar que são decisões que dependem das disputas verificadas na arenas das lutas entre telecom, radiodifusores e distribuidores de dados (operadores de internet).

mensagens e fazer circular entre nossos círculos, ou colocá-las nos diversos repositórios digitais de acesso público.

Nos ambientes de armazenamento de vídeos, a exemplo do Youtube, o mais popular para os brasileiros, se comprova a hipótese de que os *devices mobiles* provocam o indivíduo a contar suas próprias histórias e a partir de seu próprio ponto de vista. Um momento explícito de exercício da liberdade de expressão, com certeza. Mas nem sempre a atitude de praticar esta liberdade nos faz observar questões maiores da convivência social, como a ética, o respeito e a hierarquização dos poderes sociais, políticos e econômicos, os quais tem-se que levar em consideração, conforme reza a Constituição³.

Está aí um dos pontos que merecem atenção, porque a possibilidade de criar suas próprias mensagens de não é um fenômeno do tempo de agora, do tempo digital. Ela vem desde quando as câmeras de cinema começaram a operar com bitolas menores (do 35mm para o Super 8), nas décadas de 1940/1950, para atender demandas das coberturas dos eventos globais, com o intuito de dar suporte à expansão do capitalismo, de um lado, e para fazer coberturas dos acontecimentos políticos no mundo, a exemplo da Segunda Grande Guerra.

Mas foi com o invento do videoteipe, na década de 1960, que se percebe um relevante movimento para a realização independente e individualizada do audiovisual. Foi quando a indústria eletrônica apresentou aparelhos de vídeo cada vez menores, de fácil transporte e com custo acessível e operação simplificada. A partir da década de 1980 os brasileiros encontraram, finalmente, a oportunidade para produzir seus audiovisuais e apresentá-los para grandes grupos, em pequeno intervalo de tempo entre o registro do fato e a sua apresentação⁴.

Já nas décadas de 1980 e 1990, a realização de produtos magnéticos (aí inclui-se também a produção da mídia sonora) começou a ser apropriada pelas novas lideranças dos movimentos sociais, que se reorganizavam depois dos tempos difíceis durante o regime militar.⁵ Os investimentos em equipamentos de vídeo e de “estúdio de áudio” provenientes de organizações sindicais, populares, confessionais, entre outras categorias, foram crescendo. Nesta mesmo período, universidades e escolas superiores promoveram cursos

³É interessante destacar que apesar das Constituições indicarem que os cidadãos devem seguir e obedecer estas instituições maiores, nem sempre as mesmas se comportam conforme deveriam. É o caso das revoluções verificadas na história da humanidade, podendo ser elas pacíficas ou não.

⁴A tecnologia do vídeo permite visualizar o que foi gravado imediatamente depois que a cena aconteceu. Esse foi um dos “pulos-do-gato” do novo equipamento, que foi muito útil para produção televisiva.

⁵Não se cita a mídia impressa, mas é importante destacar que pelas características de produção e por ter acesso livre a todas os segmentos alfabetizados da população, ela já havia assumido o papel de divulgadora das ideias dos seus produtores. A própria história da imprensa dá pistas destes momentos.

para formação de comunicadores populares para dar suporte técnico-operacional para as equipes que faziam os registros audiovisuais daquelas lutas sociais e apresentavam suas mensagens em locais públicos de concentração popular (praças, clubes, associações de moradores, sindicatos, entre outros).

De 1980-1990 para 2014, percebe-se que nada muda radicalmente. Apenas ganha um impulso importante da tecnologia: a digitalização do espectro agilizou o transporte de dados; os processadores aceleram a leitura dos mesmos, a internet facilitou o acesso aos conteúdos e o *smartphone*, com a sua multifuncionalidade, contribuiu com a velocidade com a qual mensagens são disponibilizadas para quem tem acesso aos ambientes virtuais.

3. A indústria do audiovisual

A indústria audiovisual foi um dos setores que apresentou perceptível desenvolvimento nas três últimas décadas, especialmente depois da reorganização dos programas de fomento e financiamento da cultura e dos espetáculos a partir dos últimos anos da década de 1990, quando a Embrafilme foi desativada. Conforme a Agência Nacional do Cinema, só neste segmento, ela faturou 27,5 milhões de reais em exibições de obras nacionais em 2013 (ANCINE, 2014), o que implicou em disponibilizar cerca de um bilhão de reais a título de investimento para as 130 obras produzidas durante o referido período⁶. Apesar da crise brasileira, é uma indústria que prospecta crescimento importante nos próximos períodos, tendo em vista as ações no sentido de profissionalização do setor - seja a partir da existência da própria ANCINE, seja pela qualificação de seus operadores, hoje oriundos de escolas superiores - ou pelas oportunidades de realizar uma atividade econômica sustentável e de baixo impacto ambiental.

Na pista do desenvolvimento, o audiovisual gaúcho tem marcos relevantes no mercado. Uma pista saliente está década de 1970, quando foi lançado o primeiro Festival de Cinema de Gramado. Naquele tempo, existia apenas um evento nacional deste porte no Rio de Janeiro, e a produção cinematográfica gaúcha tinha em Teixeira (o cantor Vitor Mateus Teixeira) importante referência. Sua produtora, a Teixeira Produções Artísticas, produziu e lançou 10 filmes, protagonizando a tentativa de uma estética de caráter gauchesco na área cinematográfica. O Festival de Cinema de Gramado, que começou com espaço reservado para o cinema gaúcho, se transformou num dos principais certames do setor no Brasil, e sempre teve os principais lançamentos da produção nacional em exibição.

⁶ Estas obras receberam recursos oriundos de programas de fomento do Fundo Setorial do Audiovisual e de programas de financiamento a partir de leis de incentivo à cultura nos âmbitos federal, estadual e municipal.

Quatro décadas depois, este festival que manteve a categoria especial para o cinema gaúcho, é um dos espaços relevantes de lançamento de obras audiovisuais do continente latino, de debates, qualificação e de fomento do setor ao incluir na sua programação eventos paralelos, que envolvem debates e discussão das políticas do setor. Além disso, o festival colaborou com a indústria da hospitalidade e da hotelaria local.

Na esteira deste crescimento, a Encosta Superior do Nordeste gaúcho tem se posicionado na vanguarda do fomento para desenvolver o setor audiovisual. Flores da Cunha, em 2006, criou o Núcleo de Produção Audiovisual Maria Della Costa, a partir de convênio com a União Européia (projeto Victur/Urb-al) e produziu a série Vindima da Imagem. Apesar de o núcleo estar desativado por questões externas ao âmbito da indústria audiovisual, foi importante referência de produção em seu tempo.

Já Bento Gonçalves e Garibaldi, anos depois, criaram suas *film commission* em 2010 e 2015, respectivamente. Estas comissões são instâncias que buscam sensibilizar os produtores audiovisuais para realizar suas obras nos municípios. Esta ação acontece em *meetings* do setor, quando os gestores ofertam as cidades como locações para as obras. Funcionam como escritórios da captação de equipes com projetos de produção⁷.

Ao observar a situação atual do setor audiovisual na Encosta Superior Nordeste, a pesquisa O audiovisual na Serra gaúcha: a produção de conteúdo digital na Encosta Superior Nordeste do Rio Grande do Sul (PDet Serra Gaúcha) se propõe a construir um banco de dados que poderá subsidiar as decisões sobre (1) as políticas de investimentos no setor para a região e (2) revelar oportunidades para fomentar a atividade cinematográfica/audiovisual e de produção de conteúdos digitais.

Ela pesquisa ganha mais importância, pois sua base está na principal cidade da região, onde se localiza o segundo centro da indústria metalmeccânica, está muito próximo às indústrias de móveis e encontra forte apelo no setor turístico por suas características naturais e áreas de preservação ambiental.

E ainda: este pequeno recorrido no cenário da realização audiovisual nacional e regional já justifica a demanda de criar um espaço que promova a observação, o registro e a organização dos dados deste setor da economia regional, cujo momento de readequação e de reestruturação provocada pelas novas tecnologias da informação e da comunicação

⁷ Ver mais em: BENTO GONÇALVES. **Film commission**. Disponível em: <<http://www.turismobento.com.br/pt/film-commission/>>. Acesso em: 12 MAR 2015; GARIBALDI. **Garibaldi Film Commission será representada em Cannes**. Disponível em: <<https://www.redesul.com.br/noticias/show/noticia/36110-garibaldi-film-commission-sera-representada-no-festival-de-cannes>>. Acesso em: 12 MAR 2015.

(TICs) ainda carece de estudos mais densos para delinear os contornos de uma indústria recente e que tem muitas possibilidades de participar ativamente da geração de emprego e renda. A pesquisa vai instalar a primeira sucursal do Observatório Latino-americano da Indústria de Conteúdos Digitais, Transmídias e Convergência Tecnológica, criado em 2011, com sua base na Universidade Católica de Brasília.

Como objetivo geral, a pesquisa ora apresentada vai mapear os atores e operadores do mercado da produção audiovisual na Serra gaúcha, tendo como referência a região geopolítica e econômica denominada Encosta Superior do Nordeste⁸ gaúcho (AMESNE) e analisar as características estéticas dos produtos realizados nos últimos cinco anos. Desta forma, pretende:

- A. Conceituar e descrever as palavras-chave que conduzem a pesquisa, como **produção audiovisual, conteúdo digital, agentes econômicos formais, produtores autônomos e “estética do audiovisual”**;
- B. Realizar o levantamento dos agentes econômicos formais que operam na produção audiovisual da região da AMESNE;
- C. Localizar as produções audiovisuais realizadas com fomento público-privado no período de 2010-2014;
- D. Analisar as características estéticas das obras audiovisuais da Encosta Superior do Nordeste gaúcho;
- E. Analisar e classificar os agentes que operam na produção audiovisual;
- F. Identificar produtores autônomos de conteúdos digitais;
- G. Instalar a sucursal regional (Sul) do Observatório Latino-americano da Indústria de Conteúdos Digitais.

4. Olhar o contexto do audiovisual

A partir da constatação de novos negócios, atividades e mobilização de distintas habilidades para criar produtos culturais (tangíveis ou intangíveis e serviços) colocados à disposição no mercado do entretenimento, esta pesquisa quer dar visibilidade à emergente indústria de conteúdos audiovisuais digitais. Esta atitude vem sendo promovida pelo Brasil e por países da América Latina e do Caribe com a criação e manutenção do Observatório Latino-americano da Indústria de Conteúdos Digitais, Transmídias e Convergência Tecnológica, inaugurado em 2011. Ele foi pensado durante estudos realizados pelos Grupos

⁸ A abrangência territorial da pesquisa é definida pelos limites operacionais da Associação dos Municípios da Encosta Superior do Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul.

de Pesquisa Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas da Intercom e pelo das Indústrias Criativas da Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL-UNESCO, 2008).

A indústria de conteúdos audiovisuais digitais, como um setor do segmento de produção de conteúdos digitais, inclui a realização de filmes, vídeos, programas de TV e peças publicitárias, entre outros, para diferentes plataformas, como TV digital, celulares, computadores conectados na internet, videogames, rádio e cinema digital, e vem crescendo em diferentes continentes, entre os quais as Américas do Sul e Central.

Em 2010, a indústria de conteúdos digitais foi apontada pela empresa Prince Whitehouse, como uma das áreas mais promissoras dos próximos anos e, por consequência, deverá ampliar a oferta de vagas para trabalhadores especializados e de diversos produtos audiovisuais digitais nas diferentes regiões do mundo. No século XXI, essa indústria emergente apresenta variado cenário inovador.

Se as perspectivas de crescimento deste setor no continente americano são animadoras, no Brasil ela encontra-se em ritmo acelerado. Na área dos games, por exemplo, a Associação Brasileira de Desenvolvedores de Jogos Digitais (ABRAGAMES)⁹ informava em 2009 que seu produto interno bruto (PIB) foi de 87,5 milhões de reais (sendo 43% destes produtos exportados) e projetou que ela, apesar da arena interna ameaçada pela prática da cópia não autorizada, “conseguiu crescer”, demonstrando que é possível participar do mercado internacional (exportações) com mais agressividade (ABRAGAMES, 2009).

No setor audiovisual, a Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO)¹⁰, que congrega 100 empresas realizadoras de longas e médias metragens, as quais assinam as principais obras distribuídas pelos grandes exibidores brasileiros e internacionais e/ou nas telas das emissoras de TV, foi responsável em grande parte pelo lançamento das 129 longas metragem em 2013 que renderam mais de 297 milhões de reais em bilheteria (ANCINE, 2013).

E na Serra gaúcha, há importantes referências do desenvolvimento desta indústria. O Festival de Cinema de Gramado, que neste ano completa 43 anos, é uma pista relevante da consistência do setor. O certame, criado para fomentar a indústria do cinema nacional¹¹, tem

⁹ A ABRAGAMES é formada 50 empresas associadas, 15 instituições afiliadas (institutos tecnológicos, universidades e organizações não-governamentais) e 12 parceiros.

¹⁰ Na relação de associados da APRO não se encontram as médias e pequenas produtoras, que geralmente atuam em âmbitos regional e local, com mínima (ou nenhuma) participação em grandes editais de fomento da indústria audiovisual. Também não estão relacionados os operadores de TV a cabo/por assinatura, das telefônicas e dos teledifusores (TV aberta).

uma categoria específica para as produções gaúchas – curtas ou longas-metragens desde a primeira edição em 1973. Outra pista histórica da indústria perene do audiovisual produzido no Rio Grande do Sul é a existência de produtoras de grande, médio e pequeno portes, a ocorrência de cursos de formação profissional (tanto bacharelado como o técnico¹²), as sete emissoras regionais de televisão¹³ e, mais recente, o pioneirismo na operação da TV a cabo (simultaneamente com São Paulo) e, dentro desta modalidade de televisão, os canais comunitários, universitários e legislativos (municipal e estadual). Isso, sem contabilizar as inúmeras produtoras de conteúdos audiovisuais especializadas no atendimento do mercado publicitário e dos estúdios fotográficos que trabalham com registros audiovisuais de eventos sociais e outros de pequeno porte (coberturas de feiras, convenções, seminários, entre outros).

O histórico regional da produção audiovisual aponta para a demanda de outras frentes de estudos que considerem uma estética particular para a Encosta Superior do Nordeste gaúcho. A serra gaúcha, com a história da colonização feita pelos povos europeus oriundos das culturas germânicas, portuguesa e italiana, produzem inúmeras marcas em suas realizações audiovisuais, sejam elas na fala, na gastronomia, na vocação industrial e na economia. São aspectos que demandam ser analisados para servirem como referenciais às instituições gestoras de políticas de financiamento e culturais deste setor, bem como para subsidiar a adoção de atitudes que compreendam aspectos sociais, econômicos e administrativos.

5. Olhar especial sobre o exercício da liberdade de expressão

A Constituição – e os demais instrumentos regulatórios – informam que todos são livres para manifestar o pensamento, desde que respondam pelas consequências. Em outra parte, o cidadão brasileiro adulto não poderá incitar atitudes de qualquer tipo de discriminação, incentivar embates armados contrários à ordem estabelecida, promover atos terroristas e proteger as crianças e adolescentes.

¹¹ A partir da década de 1990, quando as indústrias da cultura entraram em crise com o fim das políticas de fomento promovidas pelo Estado, o Festival de Gramado abriu a competição para as produções latinas. Foi uma das soluções que os realizadores do certame encontraram para garantir uma boa quantidade/qualidade de filmes nas mostras competitivas, pois naquele ano, em especial, Brasil tinha apenas um longa-metragem finalizado para entrar na competição.

¹² Os cursos de graduação (bacharelado) são oferecidos pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Universidade do Vale do Rio dos Sinos, enquanto os de caráter técnico ficam a cargo da Fundação Estadual de Cinema – FUNDACINE e outras instituições em Porto Alegre.

¹³ RBS TV, Bandeirantes, Record, SBT Sul, Record (ex-Guaíba), TVE RS, TV Urbana e Rede Pampa.

Parece lugar comum, bastante simples de ser seguido. Mas ao navegar no ambiente mais popular para a reposição de vídeos, o Youtube, recolhem-se dados que confirmam o contrário: há incitação à violência; exploração de menores, promoção de atos terroristas e até instruções de como cometer suicídio. Basta um clique numa das ferramentas de busca na rede digital que se encontra o conteúdo solicitado.

O mesmo acontece nas redes sociais, onde encontram-se manifestações do pensamento, tanto escrita como no modo audiovisual, que ultrapassam radicalmente os limites definidos pela Carta Magna. Os casos de abusos da liberdade de expressão publicizados com maior frequência envolvem pessoas que estão na mídia (artistas, atletas de esportes de alto-rendimento, personagens das colunas sociais). Raramente pessoas comuns entram nesta lista, mas quando isso acontece, percebe-se a importância de seguir as orientações constitucionais¹⁴: foi o que aconteceu com a moça linchada no Guarujá depois que um site de notícias local publicou suas fotos como sendo a torturadora de crianças daquela cidade. Ou com as agressões dirigidas à nova apresentadora do tempo do Jornal Nacional, Maju Coutinho, no Facebook.

Em uma outra atitude, encontram-se no ambiente virtual mensagens produzidas pelos indivíduos que cultuam a si mesmos. Um comportamento hedonista, de super valorização do seu próprio ser, egoísta e exibicionista. Em alguns casos, estes conteúdos caem na simpatia popular e são transformados em “memes”¹⁵, assumindo o lugar do clau das antigas cortes reais.

São ambientes digitais, acessados de qualquer lugar, a partir da tecnologia *mobile*. São algumas situações de desrespeito à cidadania, que está protegida pela Constituição, mas é facilmente violada por alguém que pensa que está a praticar (desatento) sua liberdade de expressão. São fenômenos que merecem a atenção da pesquisa, pois eles geram problemas que se não forem devidamente analisados, podem agravar a vida coletiva.

6. Pensando em atitudes interessantes de pesquisa, para além do mapeamento

Se o ambiente da tecnologia digital oferece oportunidades bem distintas para a produção de conteúdos, a pesquisa em Comunicação não pode ficar à margem. Não dar

¹⁴ A matéria especial de Letícia Duarte publicada no caderno PROA (de Cultura) do jornal Zero Hora, entre outras, apenas confirma a ocorrência de abusos nas redes, como também alfineta a falta de agilidade para coibir este tipo de comportamento. (Ver DUARTE, Letícia. **À sombra do anonimato**. Caderno PROA, pg. 4-5, 12 JUN 2012).

¹⁵ Denominação de conteúdos da internet eleitos como “o da vez”, transmitido de maneira viral, isto é, sua difusão acontece em velocidade da progressão geométrica. Conteúdos que ganham muitos cliques de aprovação (likes).

atenção a este recorte do fenômeno digital é como se desdenhássemos do impacto e da importância que os conteúdos digitais tem para a sociedade contemporânea, cada vez mais veloz na busca das informações.

A pesquisa tem que estar atenta ao uso, fruição e desenvolvimento da área para propor ações e qualificação de atitudes diante dos ambientes digitais. Da mesma forma, as equipes precisam desvendar os caminhos que levam à mobilização das pessoas para ocuparem lugares relevantes na produção dos conteúdos – destinados à livre circulação ou comercializados no mercado midiático.

Entre ações e atitudes da pesquisa para responder ao chamado de grupos que querem ser produtores de conteúdos digitais, o curso *lato sensu* para estudar os processos de construção de objetos de aprendizagem para ambientes de Educação a Distância (EaD) é um exemplo interessante. E para o caso da realização audiovisual, é um exemplo adequado.

O curso aconteceu durante o segundo semestre de 2010. Participaram 15 professores de escolas públicas de ensino fundamental e médio, que estavam prestes a receber equipamentos de acesso às redes digitais e também de começar a desenvolver atividades em EaD. Na área do audiovisual, a experiência da realização dos produtos pelas duplas de participantes foi marcada pelo uso de ferramentas disponíveis no próprio ambiente virtual, tanto para dar suporte às questões teóricas, como para as práticas, pois com o veloz desenvolvimento da eletrônica e a digitalização dos processos de tratamento de imagens e sons, a realização audiovisual alternativa alcançou um patamar de mobilidade na dimensão técnica, ao deixar os equipamentos menores e os procedimentos de montagem, mais ágeis.

Mesmo assim, para usufruir destas facilidades é necessário ter habilidade para o manuseio de computadores, o que neste curso foi um dos problemas mais frequentes, apesar de todos os estudantes estarem acostumados a usar computadores. Foi necessário oferecer uma atividade de capacitação para desenvolver a habilidade de uso das ferramentas virtuais.

Apesar da presença dos processadores na vida cotidiana, ainda é grande o desafio que os arquitetos da informática enfrentaram desde sempre: construir ambientes de processamento digital amigáveis e intuitivos, para facilitar o uso da tecnologia para as mais diversas atividades, neste caso, com destaque para a produção de conteúdos digitais.

Esse movimento, que será permanente, está relacionado com o processo de familiarização da sociedade com os dispositivos eletrônicos¹⁶, pois o avanço da

¹⁶ Não foi diferente em outros momentos da história recente dos lançamentos de equipamentos destinados ao consumo massivo – o exemplo mais adequado é dos videocassetes que, com suas múltiplas funções (gravação, programação, seleção automática de canais, etc.); foi subutilizado pelos consumidores.

digitalização da comunicação continua em ritmo acelerado; o desenvolvimento de novos dispositivos acompanha esta caminhada e hoje, as inúmeras possibilidades de capturar os momentos da vida cotidiana usando distintos dispositivos tem quebrado paradigmas da produção audiovisual tradicional¹⁷ e oferecido muitas possibilidades para os indivíduos não especializados.

As funções de captura e armazenamento das tradicionais câmeras de vídeo foram inseridas em equipamentos como câmeras fotográficas, aparelhos de telefones móveis, computadores portáteis e *tablets*. Dispositivos cuja arquitetura responde às questões da operação intuitiva e simples. As próprias câmeras de vídeo incorporaram estas modificações: ficaram menores, oferecem a opção de funcionamento automático e garantem, como os outros aparelhos, boa qualidade de imagem e som.

No que toca à montagem, o cenário é semelhante. Os programas de edição de áudio e vídeo estão disponíveis na rede, podendo-se optar por aqueles criados pelos signatários do movimento do software livre ou dos proprietários¹⁸. A arena dos dispositivos tecnológicos da produção audiovisual é favorável para o aumento significativo das peças. E os ambientes dedicados ao armazenamento de vídeos, como o popular Youtube, são a prova deste aumento.

Entretanto, surgem questões sobre este fenômeno de amplas possibilidades da realização audiovisual: quais são os conteúdos disponibilizados na rede? Como eles têm sido feitos? Com que propósito? Em quais referenciais éticos e estéticos que esses vídeos são realizados? Com que suporte teórico?

Estas perguntas não pretendem se constituir em instrumentos que inibam a criação audiovisual. Muito menos pretendem assumir-se como elementos de coerção da liberdade de expressão e da livre circulação dos conteúdos. Elas procuram despertar a atenção para atender a demanda de conhecimento operacional e difundir as técnicas da realização audiovisual, consolidadas a partir da história da indústria do cinema e da televisão, responsáveis pelo estabelecimento dos padrões estéticos¹⁹ contemporâneos, para promover a

¹⁷ O jornalismo de televisão é um dos setores que mais enfrenta esta questão. Se a notícia acontece em qualquer lugar, a qualquer hora e sem a presença da equipe de jornalismo, alguém, com um equipamento não complexo (mas com capacidade técnica para manter a qualidade de imagem) pode registrar o acontecimento e fornecer o material à reportagem.

¹⁸ A Oracle, proprietária da marca Adobe Premiere, o programa de edição de vídeo mais popular na América Latina, deixou de vender licenças de uso do software. Ela optou por cobrar uma espécie de aluguel pelo uso, cobrado mensalmente.

¹⁹ Não que estes padrões sejam inquestionáveis, mas com certeza são referências importantes para a condução dos procedimentos de montagem dos vídeos feitos com o objetivo de difundir mensagens que tenham valor para os atores sociais, o que implica em vídeos de consumo coletivo.

distribuição dos conteúdos e que eles sejam vistos por seus destinatários. E ainda chamam a atenção para as questões éticas.

Uma possibilidade para responder estas interrogações está na inclusão de oficinas de realização audiovisual em escolas dos primeiros níveis do ensino formal, como foi apresentado anteriormente. Para alcançar este objetivo, a sensibilização dos gestores das escolas é tão importante como o trabalho de planejamento anual de atividades dos professores, que preveja a interlocução entre as disciplinas obrigatórias do currículo.

Outro caminho a seguir é levar ações semelhantes nas comunidades cuja animação cultural e mobilização social dêem suporte para isso. Esse tipo de atividade tem sido desenvolvido por algumas organizações não governamentais que se preocupam com a comunicação inserida no processo da cidadania, ou por programas de extensão universitária, oriundos do campo das Ciências Sociais Aplicadas, especialmente, dos setores da Comunicação e Artes.

E dirigir o olhar para as características da metodologia destas oficinas: tem-se que trabalhar as questões teóricas constituintes das práticas da realização audiovisual, bem como dos elementos básicos da estética visual. Mas é importante observar que esses conteúdos não se transformem em elementos que dêem demasiada densidade ao conteúdo, transformando, sim, em um dado burocrático que atrapalhe o processo criativo dos novos produtores audiovisuais.

Por fim, a entrada de novas propostas de pesquisa com o propósito de criar outras sucursais do OLAICD nas distintas regiões brasileiras é uma atitude adequada para alimentar o banco de dados que pode subsidiar a criação de políticas – públicas e privadas – de incentivo ao desenvolvimento da produção de conteúdos digitais no continente americano. Bem como oferecer reflexões sobre a acessibilidade aos meios de produção de bens culturais que fomentem o desenvolvimento humano e social sustentável. Uma tarefa que cabe aos participantes do GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas.

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Dados gerais do mercado audiovisual brasileiro.** Disponível em:

<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados_gerais_do_mercado_brasileiro_2013.pdf>. Acesso em: 10 MAR 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESENVOLVEDORES DE JOGOS DIGITAIS.

Pesquisa 2008. Disponível em: <http://www.abragames.org/wp-content/uploads/2013/04/Abragames-Pesquisa_2008.pdf>. Acesso em: 10 MAR 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE OBRAS AUDIOVISUAIS.

Associados. Disponível em: <<http://www.apro.org.br/index.php?p=1&lan=PT>>. Acesso em 10 MAR 2015.

ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA ENCOSTA SUPERIOR DO NORDESTE.

Municípios. Disponível em: <<http://www.amesne.com.br/municipios.php?red=/historia.php>>. Acesso em: 11 MAR 2015.

BARBOSA F., André, CASTRO, Cosette E. **Comunicação Digital.** Educação e novas tecnologias. São Paulo: Paulinas, 2008.

BENEVENUTO JR., Álvaro. A digitalização do espectro e a oportunidade transmidiática: apontamentos sobre as alternativas da comunicação contemporânea. Texto apresentado ao GT 12 - Economia Política da Comunicação. **Congresso Ibercom**, XI, 2009.

_____. Desafios à produção e difusão do audiovisual na fase da convergência digital. **Bienal de Comunicación**, 4, México, Chihuahua, 2009.

BOLAÑO, César R.S. **Indústria cultural, informação e capitalismo.** São Paulo: Hicitec, 2000.

CASTRO, Cosette E. O Brasil e a produção de conteúdos audiovisuais digitais.

Comunicologia, Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2010. Publicação eletrônica disponível em:

<<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/comunicologia/article/viewPDFInterstitial/1912/1225>>. Acesso em: 10 MAR 2015.

HERSCOVICH, Alain. A economia política da informação, da cultura e da comunicação: uma tentativa de definição epistemológica. **Eptic online**, Revista de las tecnologías de la información y comunicación, vol. 16, n. 3, p. 84-98, sep./dic., 2014. Disponível em:

<<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/84/pdf>>. Acesso em: 10 MAR. 2015.

LEMONS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO. Arlindo. **Pré- cinemas & pós- cinemas.** 2ª ed. Campinas. SP: Papyrus, 1997.

MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral.

Comunicação e Sociedade 1, Cadernos do Nordeste, Universidade do Minho, Lisboa, v.12, n. 1-2, p. 97-120, 1999.

SORLIN, Pierre. **Estéticas del audiovisual.** Buenos Aires: la marca editora, 2010.

THE NIELSEN CO. **O consumidor móvel.** Um panorama global. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/reports/2013/o-consumidor-movel.html>>. Acesso em: 01 jun. 2015.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna.** Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus: 1997.

VIZER, Eduardo. **La trama (in) visible de la vida social**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2003.