Movimentos da Produção Audiovisual na fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina

Documentário

Elisandro Abreu Coelho[i]
Joel Felipe Guindani[ii]

Quem sou?

Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça! Muitos filmes podem começar assim, mas este não foi o meu caso. Confesso que essa ideia do cineasta brasileiro Glauber Rocha sempre me atraiu e, por vezes, a coloquei em prática, mas sou fruto de muito planejamento, aliás, além de ser um filme sou resultado de um projeto científico de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.

É isto mesmo, sou um filme mas também sou ciência, categoricamente um filme documentário. Ciência, Documentário? Que papo é esse? Parece confuso, mas calma, vamos lá.

Me chamo Movimentos da Produção Audiovisual na Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina. Sou um filme documentário produzido durante o componente curricular de Pesquisa Desenvolvimento e Inovação (PDI), do Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação em Indústria Criativa – PPGCIC, da Universidade Federal do Pampa.

Meus diretores e produtores são Elisandro Coelho, acadêmico do Mestrado e o seu professor-orientador Joel Felipe Guindani. Eu sou nada mais nada menos que o produto gerado nessa disciplina, por isso é que também sou ciência, pois fui criado como uma inovação.

Para fins de critérios geográficos fui rodado em uma região fronteiriça do Brasil com a Argentina. Pelo lado brasileiro meu set de filmagem foi o município de São Borja, que está localizada na mesorregião Sudoeste do estado do Rio Grande do Sul/Brasil, conhecida como campanha ou pampa gaúcho. Já do lado argentino, fui filmado em Santo Tomé, cidade localizada na província de Corrientes, situada no nordeste da Argentina na região denominada Litoral. Ambos municípios estão situados às margens do Rio Uruguai. Falando neste rio também apresento umas belas imagens dele e de sua enorme ponte da integração.

Apresentações à parte, é hora de falar um pouco mais de mim, afinal se eu fui produzido é porque tenho algum propósito, pois todo produto audiovisual é criado para ser exibido a um público. Levando em consideração o audiovisual ser um dos mais dinâmicos setores da Indústria Criativa (UNCTAD, 2010), meus produtores resolveram investigar sobre as características da produção audiovisual na Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina

em relação a aspectos artísticos e socioeconômicos a partir de produtoras audiovisuais locais, buscando compreender como vem se desenvolvendo a produção audiovisual aqui nessa região fronteiriça, tomando essas produtoras audiovisuais enquanto indústrias criativas.

Você sabe o que é Indústria Criativa? Já ouviu falar sobre isso?

Atualmente dentre as diversas definições e classificações para as discussões sobre as Indústrias Criativas, tem sido referência os estudos viabilizados pela UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento), órgão da ONU (Organização das Nações Unidas) que busca promover o desenvolvimento econômico através do comércio mundial.

Para a organização as indústrias criativas são "qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível" (UNCTAD, 2010, p.7).

Com essa denominação a UNCTAD (2010) buscou ampliar o conceito de criatividade vinculado a àquelas reconhecidamente artísticas, expandindo as indústrias criativas para um viés cultural-mercadológico, englobando assim as atividades culturais tradicionais denominadas "*upstream",* isto é*,* voltadas para as artes (artesanato, festivais, artes cênicas e visuais, museus, sítios arqueológicos etc.) e atividades "*dowstream",* ou seja*,* relacionadas ao mercado (softwares, videogame, publicidade, arquitetura, design, moda, entre outras).

Desse modo as Indústrias Criativas para a UNCTAD (2010) estão organizadas em quatro grandes grupos: **Patrimônio** (expressões culturais tradicionais – artesanatos, festivais e celebrações; locais culturais – sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições etc.);

Artes (artes visuais tradicionais – pinturas, esculturas, fotografia e antiguidade; artes cênicas – música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches etc.); **Mídia** (editoras e mídias impressa – livros, imprensa e outras publicações; audiovisuais – filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões.) e **Criações funcionais** (design – interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos; novas mídias – arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento criativo, outros serviços criativos digitais; serviços criativos – arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento criativo, outros serviços criativos digitais).

Conforme Jambeiro e Ferreira (2012) as discussões em torno do conceito de indústrias criativas tiveram origem na busca por congregar setores profissionais que têm na criatividade o insumo produtivo principal para a geração de produtos e serviços. Destacam os autores "[…] e ainda que possa ser argumentado que toda organização humana possui alguma criatividade, as indústrias criativas dependem dela para a sua própria sobrevivência como firmas" (2012 p. 180).

Passados estes conceitos iniciais sobre Indústria Criativa, você deve estar se perguntando o porquê da Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina.

A escolha por estes dois municípios se fez devido a serem cidades fronteiriças, o que proporcionou uma experiência ímpar em termos de observar singularidades e diferenças nas práticas de produção audiovisual em países distintos, permitindo identificar alguns fatores culturais, sociais e econômicos que influenciam na produção audiovisual local. Além disso, ainda que não fosse um objetivo específico do trabalho, mas devido a serem cidades com aspectos históricos e culturais comuns em relação a suas origens como reduções jesuíticas missioneiras, o que despertou uma certa inquietude em perceber se de algum modo estas

questões socioculturais se manifestam nas produções audiovisuais, como também se há um atravessar de fronteiras em termos de produção audiovisual tanto do lado brasileiro quanto do lado argentino.

Além disso, meus produtores acham necessário alavancar discussões em torno do audiovisual a partir de condições de produção deslocadas dos centros econômicos, tecnológicos e culturais da cena audiovisual brasileira e argentina, bem como proporcionar a Indústria Criativa, olhares locais sobre os impactos ou reflexos dos fenômenos criativos em diferentes contextos sociais.

Eles acreditam que estamos vivenciando um momento de crescimento da produção audiovisual sendo protagonizado pela demanda, que passou a demandar conteúdos audiovisuais de acordo com seus interesses de consumo. Da mesma maneira passou também a produzir audiovisual ao ter acesso mais barato as tecnologias para a produção cinematográfica e de vídeos (equipamentos de filmagem digital, softwares de edição, computadores e *home-studio*) e a distribuição de conteúdo por meio da internet, acarretando em novos gêneros e formatos audiovisuais bem como novos modelos de negócios independentes atuando em mercados domésticos ou em nichos de produção e consumo de produtos e serviços audiovisuais.

Em temos metodológicos como todo produto audiovisual meu processo de desenvolvimento percorreu várias etapas, sendo elas a pré-produção, produção e pós-produção. A pré-produção foi o momento de levantar as informações sobre meu objeto, ou seja, as produtoras audiovisuais. Foi um movimento de pesquisa, levantamento de dados, estudos exploratórios, escolhas metodológicas quanto ao formato do documentário, decisões sobre roteiro, formulação dos assuntos a serem abordados nas entrevistas e a aproximação com os personagens pretendidos. Na etapa de produção ocorreu todo o processo de filmagem procedendo a realização das entrevistas com os produtores audiovisuais em seus ambientes

de produção e tomadas de cenas nas duas cidades, sendo o momento de ir a campo documentar e buscar as informações acompanhando de perto nossos personagens reais. As câmeras entraram em ação.

A pós-produção considero que foi o momento mais tenso e mais demorado do projeto, pois como selecionar as informações mais relevantes no meio de tantas informações importantes, afinal foram em torno de 5 horas apenas de entrevistas. Nesta etapa ocorreram as atividades de montagem e edição do conteúdo audiovisual em software profissional de edição de vídeo, a tradução do idioma espanhol e a inserção de legenda em português, e por fim, a disponibilização pública na internet por meio de um canal no Youtube.

Qual meu desafio?

Observar às contemporâneas manifestações criativas a partir das tecnologias onde o som e a imagem constroem realidades e ensejam novos fluxos de sentido, nos leva a perceber a tecnologia audiovisual enquanto um processo societário que perpassa a vida cotidiana e se manifesta nos processos de comunicação do homem e sua interação com o mundo. São vários os momentos em que de alguma maneira o audiovisual se apresenta com múltiplas possibilidades: informação, entretenimento, educação, trabalho, comunicação, cultura, lazer etc.

Uma das leituras possíveis para a produção audiovisual na contemporaneidade é a apropriação do audiovisual enquanto um setor criativo pertencente ao escopo do que vem se denominando como Indústrias Criativas (UNCTAD, 2010). Esta perspectiva tem um viés político e econômico a respeito das manifestações culturais, considerando a cultura e a

criatividade como recursos capazes de promover o desenvolvimento econômico (DCMS, 1998; UNCTAD, 2010). Este conceito vem sendo apropriado pela academia e como qualquer outro conceito teórico não apresenta um consenso estando portanto em permanente construção.

Na medida em que estamos inscritos em uma sociedade organizada pelas lógicas capitalistas de produção e consumo, as atividades culturais e criativas cada vez mais são parte de um capitalismo de tipo artista (LIPOVETSKY; SERROY 2015), e a criatividade vem ganhando protagonismo no contexto socioeconômico.

Além disso a produção audiovisual vem se tornando referência na cultura e cada vez mais tem assumido um papel estratégico como mídia promotora das visibilidades e amplificadora de sentidos nos espaços midiáticos de circulação de informação, principalmente relacionado aos espaços oportunizados pelas mídias sociais digitais da internet como os sites Youtube, Facebook e Instagram por exemplo. De acordo com uma pesquisa realizada pela Cisco (2018), em 2020, 82% de todo tráfego da internet será gerado por vídeos, cenário em que o consumo de vídeo online poderá ultrapassar o mercado de TV tradicional.

Na era da diversidade de mídias e da sociabilidade conectada a tecnologia audiovisual tem assumido novos contornos, tanto no que diz respeito aos seus aspectos artísticos quanto econômicos. No mercado audiovisual em transformação conteúdos são produzidos para as mais diversas plataformas de recepção, resultando em novos formatos e modificações nas formas de produção por conta das novas tecnologias e das alterações nas preferências do público, não mais restrito apenas a condição de consumidor do produto audiovisual, mas que também procura conteúdo de acordo com seus interesses e expectativas gerando novas demandas de produção.

Acreditamos que a apropriação da tecnologia audiovisual enquanto um objeto da Indústria Criativa está relacionada a essa maior demanda das pessoas pelo consumo audiovisual nos dias atuais, instigando a oferta e viabilizando novos modelos de negócios e estruturas de produção tanto em macro e micro níveis para a economia em geral, como ressalta a UNCTAD (2010).

Olhar para este fenômeno a partir de uma perspectiva local, em contextos de especificidades, é um desafio para a Indústria Criativa, pois grande parte de suas tendências teóricas têm observado os fenômenos criativos pela lógica econômica e estatística em análises macrossociais, demonstrando assim a força e a representatividade dos setores da Indústria Criativa no desenvolvimento da economia e suas contribuições em termos de geração de emprego e renda.

No que se refere a produção audiovisual, no âmbito das diversas tipologias e classificações das indústrias criativas conforme estudo de Valiati et al. (2017), o audiovisual é comumente relacionado a indústrias de massa como o cinema e a televisão, responsáveis pela maior parte das transações comerciais e negócios do setor.

Sendo assim, o meu desafio foi investigar os desdobramentos e as implicações da produção audiovisual enquanto indústria criativa em um nível local e com ênfase em aspectos qualitativos, por meio de uma narrativa audiovisual do gênero documentário que abordou os movimentos da produção audiovisual na Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina.

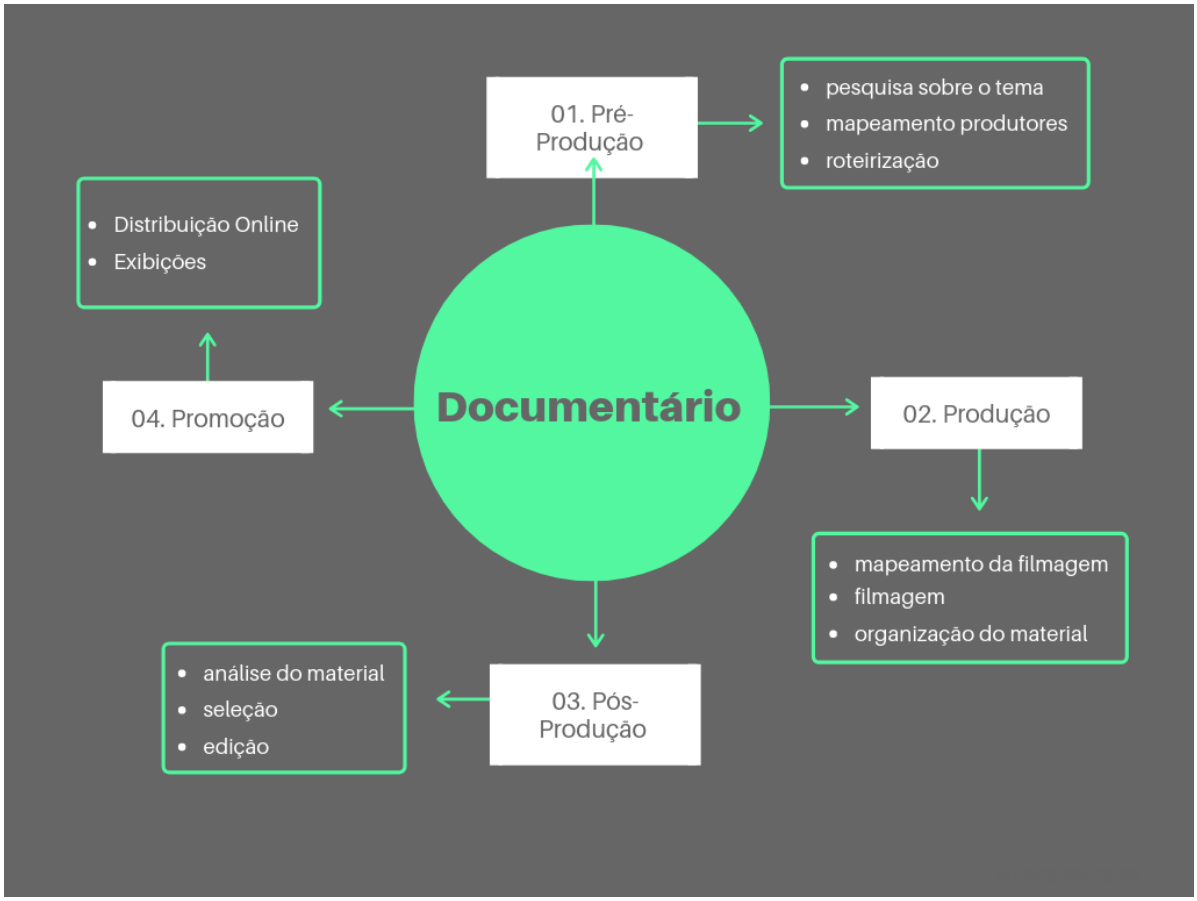
Em outras palavras, entrar na realidade de quem faz audiovisual, fazendo audiovisual, compreender a indústria criativa, sendo também indústria criativa produzindo conhecimento por meio de um processo artístico.

Existe produção audiovisual por aqui? É possível perceber um setor criativo do audiovisual nesta região ou um possível mercado do audiovisual? Quem são estes produtores audiovisuais, o que produzem, como produzem e quais suas condições de produção em termos de estrutura artística e mercadológica? Como percebem a arte audiovisual e o seu negócio? Quais as oportunidades, os desafios do audiovisual na região? Quem consome este produto audiovisual, quem são seus públicos e o que demandam? Como se conectam produtores e consumidores? O que movimenta São Borja/Brasil e Santo Tomé/Argentina em torno da produção audiovisual? Enfim, somam-se a essas outras perguntas e chegaremos à construção do meu roteiro.

O que fiz?

De acordo com Eduardo Leone (2005 *apud* PUCCINI, 2010) para se chegar a um objetivo artístico o processo cinematográfico possui três etapas: o roteiro, a realização e a articulação (pós-produção). Neste sentido fui desenvolvido seguindo estas três etapas citadas e mais uma etapa, ao qual, denominei promoção.

Figura 01 – Fluxograma Etapas do projeto



Fonte: elaborado pelo autor

1. Pré- Produção

O roteiro refere-se a fase de pré-produção, ou seja, o momento em que o trabalho acontece no planos das ideias. É na pré-produção que o filme ganha sua forma criativa em termos de narrativa, abordagens, cenas, planos, ângulos, sendo o mapa que guiará a equipe de produção em campo. Segundo Puccini (2010), roteirizar significa organizar os eventos dentro de uma ordem que necessariamente encontrará seu início e seu fim. Neste sentido para a construção do roteiro são necessários alguns passos antes da escrita da proposta para o documentário: a pesquisa sobre o tema e a pesquisa de campo. Esta fase iniciou em Agosto de 2017.

Foi a hora de levantar as informações sobre meu objeto, ou seja, onde estavam os conteúdos audiovisuais e quem os produzia na Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina. Era preciso antes de tudo localizar e identificar produtores audiovisuais passíveis de serem objetos do documentário, além de histórias interessantes que poderiam ser contadas, realizando um mapeamento da produção audiovisual local. Ainda não sabia bem o que iria abordar. Foi um movimento de pesquisa visando o levantamento de dados.

Entre muitas pesquisas exploratórias na internet, meus produtores encontraram muita coisa, muitos vídeos produzidos de diferentes sujeitos e instituições, com uma diversidade de gêneros e formatos como canais no Youtube, documentários, produções universitárias, TV corporativa, vídeos institucionais, comerciais, de eventos, social, telejornalismo, vídeoaulas, promocionais entre outros.

Com tanto conteúdo audiovisual encontrado e uma ampla diversidade de produtores em sua maioria amadores, era necessário delimitar o que seria abordado no documentário.

Como meus produtores queriam uma história sobre a produção audiovisual do ponto de vista da Indústria Criativa, ou seja, do audiovisual enquanto uma atividade econômica, focada no processo de criação audiovisual com objetivos artísticos e também de negócios, buscaram mapear produtores audiovisuais com características mais profissionais e que demonstravam uma produção audiovisual contínua, optando pelas seguintes produtoras audiovisuais: DTL Produtora Audiovisual e GOTT Produtora HD (São Borja/Brasil); Caio Alegre Produção Audiovisual (ACTVER) e TV Cablevisión (Santo Tomé/Argentina).

Também foi mapeada e convidada para fazer parte da minha história a produtora Take 7 Filmes (São Borja/Brasil), mas que infelizmente por motivos particulares não aceitou o convite para o documentário.

Figura 02 - Identidades Visuais das Produtoras Audiovisuais

Fonte: reprodução/mídias sociais digitais

Definidos os personagens da minha história, o próximo passo foi pensar nos aspectos práticos do roteiro em termos de formato do documentário, assuntos a serem abordados nas entrevistas e a linha narrativa a ser construída.

Desse modo fui pensado então como um documentário participativo de acordo com a classificação de Nichols (2005),para os modos de fazer documentário.

Assim com esse viés, seria possível explorar a temática a partir de um grau de liberdade maior de meus produtores documentaristas, que podiam participar ativamente das cenas inclusive interagindo com os entrevistados provocando-os à fala.

Minha narrativa foi prevista para ser realizada por meio de abordagem direta com os produtores audiovisuais tanto em São Borja, quanto em Santo Tomé seguindo um roteiro prévio de tópicos, porém bastante flexível e aberto para questionamentos conforme o andamento da entrevista, organizada levando em consideração aspectos socioeconômicos e artísticos:

Aspectos Socioeconômicos:

- Condições de produção: estrutura, tecnologias, relações de trabalho;
- Perfil profissional: formação pessoal e profissional, início no audiovisual, atividades profissionais;
- Mercado audiovisual local: demandas, clientes, receitas, gestão, marketing, tipos de negócios, visão sobre o mercado local, relações com o poder público, relação São Borja e Santo Tomé.

Aspectos Artísticos

- Produção audiovisual: em termos de conteúdos – temas, gêneros, formatos, trabalhos marcantes, trabalhos realizados, exibição, divulgação, características da produção, atuação na produção audiovisual (pré-produção, produção, pós-produção);

- Relação com o audiovisual: em termos de ser um produtor – porque trabalha com audiovisual, importância do audiovisual, relações com a comunidade, reconhecimento do trabalho, motivações, desafios, oportunidades, perspectivas, projetos em andamento etc.

2. Produção

Atenção: luz, câmera, ação!

A partir do mês de setembro de 2017, comecei a ganhar cores, voz, movimento, uma forma concreta, comecei a virar vídeo ou melhor fragmentos de vídeos. Também foi um momento de bastante tensão pois os desencontros e conflitos de agenda com os entrevistados atrasaram meu cronograma inicial. Acrescenta-se a isso questões climáticas e a disponibilidade de equipe e equipamentos para a produção. O que estava previsto para ser realizado em no máximo dois meses se estendeu até março de 2018. Todavia, apesar dos contratempos, deu tudo certo.

Eu sou internacional, fui filmado em São Borja/Brasil e Santo Tomé/Argentina, passando desde os ambientes de trabalho dos produtores audiovisuais a diversos locais das duas cidades, que serviram de pontos de referência geográfica no decorrer da narrativa, ou seja, para indicar transições entre São Borja e Santo Tomé, e também divulgar aspectos culturais e turísticos dos dois municípios acrescentando elementos culturais ao documentário.

Neste momento as produtoras audiovisuais deixaram de ser àquelas empresas até então desconhecidas ganhando um rosto e voz na pessoa dos produtores audiovisuais. Foi assim que conheci o Ítalo Bicca, da DTL Produção Audiovisual (São Borja/Brasil); Cláudio Gottfried, da GOTT HD (São Borja/Brasil); José Carlos Machado, jornalista ou periodista da TV

Cablevisión (Santo Tomé/Argentina) e Caio Alegre, da ACTVER e Caio Alegre Produção Audiovisual (Santo Tomé/Argentina).

Figura 03 - Produtores Audiovisuais

Descrição – esquerda para direita: Abaixo: Ítalo Bicca e Cláudio Gottfried; Acima: José Carlos Machado e Caio Alegre.

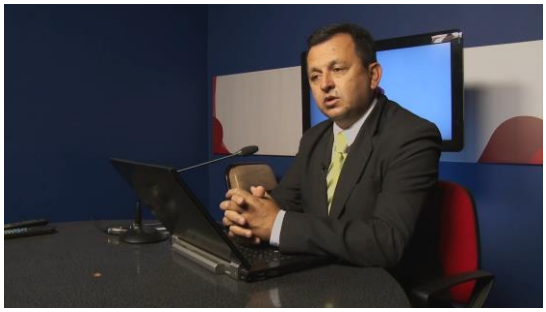
Fonte: elaborado pelo autor

As filmagens ocorreram a partir de três eixos principais: ações de produção audiovisual (cenas de bastidores com o registro do processo de produção de vídeo, as tomadas da equipe de produção trabalhando no documentário); entrevistas com os produtores em seus ambientes de produção e acompanhamento na realização de trabalhos e as representações das cidades buscando evidenciar o contexto social de fronteira e aspectos da cultura local servindo como imagens de apoio e também em transições de cenas.

Figura 04 - Conjunto de imagens realizadas na produção

Making-of gravação

Ponte entre São Borja e Santo Tomé



Estúdio da Cablevisión TV

Entrevista com Caio Alegre em seu *home-studio*

Entrevista com Cláudio Gottfried

Ítalo Bicca realizando um trabalho

Fonte: elaborado pelo autor

3. Pós-Produção

No final de março de 2018 e durante o mês de abril, finalmente comecei a tornar-me um filme com início, meio e fim. Nesta etapa passei pelo processo de seleção das imagens a serem aproveitadas e pela edição, ou seja, a organização fílmica da narrativa. Conforme Puccini "a etapa de montagem (edição) do filme documentário marca o momento em que o documentarista adquire total controle do universo de representação do filme" (2010, p.93, grifo do autor).

Neste universo de representação ao longo de meus 47 minutos estou organizado em blocos de eixos temáticos que envolvem a todos os produtores: início na produção audiovisual e aspectos relacionados a formação técnica e profissional; produções marcantes; tipos de trabalhos audiovisuais realizados; desafios e oportunidades no mercado local; a relação com São Borja e Santo Tomé em termos de atuação nessas localidades; as condições e estrutura de produção; perspectivas futuras; os meios de circulação, exibição e promoção dos trabalhos bem como de divulgação das produtoras e a importância do audiovisual na vida de cada um.

De modo complementar a narrativa principal, que se dá pelas entrevistas com os produtores audiovisuais, são apresentadas as cenas de práticas de produção audiovisual, espaços de fronteira, locais e aspectos culturais das duas cidades, visando orientar o espectador em relação ao espaço geográfico da ação bem como os sujeitos em enfoque na narrativa.

4. Promoção

Após a finalização da edição e o fechamento do documentário, é hora de colocar-me a disposição do público. Inicialmente fui pensado para exibição em mostras e festivais

alternativos de cinema e eventos acadêmicos, artísticos ou culturais, além da disponibilização pública na internet por meio do site de compartilhamento de vídeos Youtube.

Minha estreia no site ocorreu no dia 19 de maio de 2018, em um canal criado com o nome Produção Audiovisual na Fronteira Brasil/Argentina.

Figura 06 - Captura de Tela do Site Youtube

Fonte: elaborado pelo autor

Também já fui exibido em duas oportunidades, sendo a primeira no evento Diplomatura Universitária Trinacional em Gestão de Políticas Culturais, realizado no dia 4 de agosto de 2019, em Bella Unión/Uruguai, sobre Economia da Cultura e Indústrias Culturais.

Na segunda ocasião participei como um dos filmes inscritos e exibidos durante a 2ª Mostra de Cinema da Unipampa, realizada no dia 23 de outubro de 2018, em São Borja, no plenário da Câmara Municipal de Vereadores.

Qual meu resultado?

A partir do meu filme foi possível conhecer um pouco mais sobre o cenário da produção audiovisual na Fronteira São Borja/Brasil – Santo Tomé/Argentina, trazendo luz a uma realidade, por vezes, quase invisível na região, ou seja, perceber como a produção audiovisual está presente nesses municípios enquanto uma indústria criativa que se orienta em torno de um pequeno mercado doméstico, produzindo para nichos específicos de consumidores e também por uma vocação artística de alguns produtores.

Trago aqui algumas considerações que considero importante nesta reflexão dentre as muitas possíveis leituras, pois a compreensão de um produto audiovisual é diferente em cada espectador.

Relacionada a oferta e a demanda, as fontes principais de ingresso financeiro para as produtoras, de modo geral são os segmentos de eventos sociais (demanda de famílias – festas de casamento, aniversários de 15 anos, festas infantis, celebrações familiares etc), e o

mercado de vídeos para empresas (demanda organizacional). Neste sentido empresas locais e famílias constituem importantes elementos de demanda para as produtoras audiovisuais.

Relacionada as condições de produção, é importante observar a configuração destas produtoras em microempreendimentos individuais, realizando a partir de um só profissional todo o processo de pré-produção, produção e pós-produção. Para circular seu conteúdo, os produtores audiovisuais mantém representações em redes sociais digitais como o Facebook, Youtube e Instagram, onde veiculam as produções realizadas no intuito de divulgar seu próprio trabalho e também de impulsionar a divulgação dos clientes promovendo o acesso público.

O Audiovisual voltado para a produção propriamente artística, principalmente nos casos dos produtores Caio Alegre e Cláudio Gottfried está relacionado a produção audiovisual que tem por objeto a cultura local, buscando dar materialidade a aspectos simbólicos locais como as práticas sociais, a história e a memória do povo de São Borja e do povo de Santo Tomé, o modo de vida, as práticas sociais do cotidiano da população, as expressões culturais em torno da música, do patrimônio material, dos festivais, dos eventos culturais, personagens históricos locais e as representações identitárias do território bem como outros aspectos ligados a arte, aos hábitos e costumes locais, que não são produzidos com objetivos especificamente econômicos imediato, mas sim por questões de interesse pessoal destes produtores. "A valorização da arte pela arte é a segunda característica da forma de produção das indústrias criativas" (BENDASSOLLI et al, 2009, p.13).

Um fator importante que influencia na produção audiovisual em Santo Tomé/Argentina, tanto para a Caio Alegre Produtora Audiovisual quanto para TV Cablevisión é a presença regulatória do Estado. Na Argentina vigora a Lei dos Meios, que regula a atividade dos veículos de imprensa e obriga as empresas à produção de conteúdo jornalístico local. Neste sentido, a TV

Cablevisión tem suas atividades de telejornalismo em Santo Tomé, voltada exclusivamente para a produção de notícias locais.

A própria televisão é um agente importante neste mercado, na medida em que é um canal de distribuição também dos conteúdos audiovisuais relacionados aos anúncios comerciais oriundos do comércio local, estes por sua vez, produzidos pela Caio Alegre Produção Audiovisual. Além disso a empresa de televisão vende espaços de sua programação local para a Caio Alegre Produção Audiovisual, que mantém um programa de telejornalismo local chamado ACTVER, transmitido uma vez por semana, com a exibição de matérias relacionadas ao cotidiano de Santo Tomé, produzidas de forma independente.

A compra do espaço na TV Cablevisión pela Caio Alegre Produção Audiovisual é financiada pelas publicidades do comércio local, que são veiculadas durante o programa. A TV Cablevisión se constitui um importante agente nesse mercado participando da criação, produção e distribuição do conteúdo audiovisual local.

As famílias também constituem uma presença econômica na produção audiovisual em Santo Tomé. A demanda de eventos sociais (festas de casamentos, aniversários, formaturas etc.) é, segundo o produtor Caio Alegre um segmento de mercado com importantes receitas.

Através desse meu trabalho de investigação eu pude perceber algumas relações da tecnologia audiovisual com o território: o audiovisual enquanto uma possibilidade econômica, gerando renda e emprego; o audiovisual enquanto uma tecnologia de difusão da cultura local; o audiovisual enquanto um produto com valor econômico passível de troca (produções comerciais, casamentos, festas, rituais familiares, empresas etc); o audiovisual enquanto atividade artística, meio de expressão da criatividade (arte dos produtores, produções desinteressadas da dimensão econômica); o audiovisual enquanto dispositivo de informação

sobre o local (gênero jornalístico); o audiovisual como mídia promotora de sentidos de pertencimento do local-comunitário (produções culturais como documentários, videoclipes de artistas locais, cobertura de eventos culturais da comunidade entre outros).

Acredito que a partir do meu filme é possível compreender alguns aspectos e dimensões da produção audiovisual na Fronteira São Borja/Brasil e Santo Tomé/Argentina, contribuindo com os estudos no âmbito da Indústria Criativa e sobretudo na produção artística audiovisual fronteiriça.

Quadro 01 - Ficha Técnica do Documentário

Direção e Roteiro: Joel Guindani e Elisandro Coelho
Edição: Elisandro Coelho
Imagens: Elisandro Coelho, Joel Guindani, Felipe Schreiner
Colaboração de Imagens: Ítalo Bicca, Cláudio Gottfried, Caio Alegre
Trilha Sonora: Saint Petersburg Orchestra Opera; Frank Enea – Licenciado para o Youtube Audio Library

Fonte: elaborado pelo autor

Notas de referência

[i] Autor do projeto, relações-públicas e mestre em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa).
[ii] Orientador do projeto, doutor em Comunicação, professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa).
[iii] BENDASSOLLI, P. F. et al.. **Indústrias Criativas:** definição, limites e possibilidades. Rev. de Adm. de Emp., São Paulo, v. 49, n.1, p. 10-18, Jan./Mar 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf

[iv] CISCO. **Cisco Visual Networking Index:** Forecast and Trends, 2017–2022, 2018. Disponível em: https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html
[v] DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). **Creative industries mapping document**. Londres: DCMS, 1998. Disponível em Disponível em: http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm. Acesso em: 10 fev. 2017.
[vi] JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fabio. **Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia:** contribuições da economia política da comunicação. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.3, p.178-194, set./dez. 2012.
[vii] LIPOVETSKY, Gilles. SERROY, Jean. **A estetização do mundo:** viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
[viii] NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário.** Campinas: Papirus Editora, 2005. Puccini, Sérgio. 2009. **Roteiro de documentário.** Da pré-produção à pós-produção.
Campinas. Brasil. Papirus.
PUCCINI, Sérgio. 2009. **Roteiro de documentário.** Da pré-produção à pós-produção.
Campinas. Brasil. Papirus.
[ix] UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010:** economia criativa, uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa; Ministério da Cultura; São Paulo: Itaú Cultural, 2010. Disponível em: http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf.
[x] VALIATI, Leandro; MIGUEZ, Paulo; CAUZZI, Camila; SILVA, P. P. **Economia Criativa e da Cultura:** conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. In: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento (org.). Atlas Econômico da Cultura Brasileira: metodologia I. Porto Alegre: EDITORA UFRGS, 2017. (p.11-30).