
Ambiente munificentemente na criação e desenvolvimento do polo audiovisual da Zona da Mata (MG)

Juvêncio Braga de Lima

Professor aposentado da
Universidade Federal de
Lavras (UFLA).

E-mail:

jbragadelima@gmail.com

Claudio Santos

Rodrigues

Professor da Universidade
do Estado de Minas Gerais
(UEMG).

E-mail:

claudio@voltage.com

Vanessa Madrona

Moreira Salles

Professora da
Universidade FUMEC

E-mail:

vsalles@fumec.br

Resumo

Neste trabalho aborda-se o cluster cultural identificado como o Polo Audiovisual da Zona da Mata (MG). O estudo partiu da polaridade ambiente munificentemente ou escasso com base em Feldman (2001), bem como a problemática da diferença entre atributos do ambiente e fatores causais para desenvolvimento de clusters. Foi praticada a observação livre, recorrendo-se registros em anotações de campo de natureza descritiva e reflexiva, construindo-se um roteiro para entrevistas com um informante-chave e na análise de declarações e reflexões de diferentes agentes expostas em documentos do Polo. Identificaram-se cinco fases: Rede de Cooperação Local (2002-2004); Formação e aproximação do mercado audiovisual (2005-2009); Modelagem e Implantação do Polo Audiovisual (2010 – 2015); Cluster Audiovisual em Rede (2015...), com regularidade da atividade da cadeia produtiva local; Polo 3.0, resultante da participação no edital “Coinvestimentos Regionais” (2019-2021), aplicando-se R\$ 20.5 milhões. A análise dessas evidências permite concordar com Feldman (2001), que o vigor do Polo emana de suas características como atributos do ambiente e não como fatores causais, imitáveis para obter resultados semelhantes em outras regiões.

Palavras-chave: Clusters. Economia Criativa. Audiovisual. Cinema. Empreendedorismo

Abstract

This paper deals with the cultural cluster identified as the Audiovisual Pole of Zona da Mata (MG). The study was based on the munificent or scarce environment polarity based on Feldman (2001), as well as the problematic of the difference between attributes of the environment and causal factors for the development of clusters. It was practiced free observation, using records in field notes of descriptive and reflexive nature, constructing a script for interviews with a key informant and in the analysis of statements and reflections of different agents exposed in Polo documents. Four phases were identified: Local Cooperation Network (2002-2004); Formation and approximation of the audiovisual market (2005-2009); Modeling and Implementation of the Audiovisual Pole (2010 - 2015); Audiovisual Network Cluster (2015 ...), with regular activity of the local production chain. Polo 3.0, resulting from participation in the “Regional Coinvestments” notice (2019-2021), with R \$ 20.5 million being applied. The analysis of this evidence allows us to agree with Feldman (2001), that the Pole's vigor emanates from its characteristics as attributes of the environment and not as causal factors, imitable to obtain similar results in other regions.

Key-words: Clusters. Creative Economy. Audiovisual. Cinema. Entrepreneurshi.

Introdução

Neste trabalho aborda-se o fenômeno do nascimento de clusters, que foram analisados por Lübeck, Wittmann e Silva (2012), em trabalho de revisão, sendo conceituados como uma concentração geográfica de empresas e instituições interconectadas por uma mesma cadeia produtiva. O foco são as características desse processo em um cluster criado na Zona da Mata de Minas Gerais¹. Trata-se do Polo Audiovisual da Zona da Mata (MG), localizado em Cataguases e região, fenômeno recente na indústria do cinema em Minas Gerais (Brasil), que se insere no denominado movimento de retomada do cinema nacional. Esse Polo Audiovisual é resultado de um trabalho realizado desde 2002, por meio de um Programa de Cultura e Desenvolvimento Local Sustentável – PCDLS, iniciado em Cataguases (Minas Gerais, Brasil) e depois expandido para outras cidades da microrregião da Zona da Mata Mineira. A observação do site permite captar a descrição a seguir: “É um movimento liderado pela sociedade civil em parceria com fundações do terceiro setor, universidades, empresas e governos, voltado para o fomento da economia criativa como novo vetor de desenvolvimento sustentável da Região, tendo o Audiovisual e as Tecnologias Digitais como segmentos estruturantes. Atuando a partir de 3 eixos - Governança, Formação e Mercado – o Polo cria novas oportunidades de qualificação profissional, trabalho e renda, movimentando recursos importantes para a Região, promovendo impacto na economia local.”²

Trata-se de um setor relevante para o estado de Minas Gerais, pois a produção de filmes tem sido objeto de apoio do poder público nos anos recentes e a cultura se insere na perspectiva apontada pelo PDMI 2011-2030 (Plano Mineiro de Desenvolvimento Integrado) como elemento essencial da identidade mineira na perspectiva daquilo que foi concebido como Rede Identidade Mineira: “O fortalecimento dessa identidade requer políticas integradas e transversais, por meio da atuação conjunta entre a sociedade e o Governo do Estado, que possam valorizar as características do povo e de Minas Gerais.”(MINAS GERAIS,2011:102). Na verdade, o Brasil está entre os 5 principais mercados mundiais em produção e consumo audiovisual (televisão, cinema, mídias digitais). R\$ 1,2 bilhões é o valor destinado a partir de 2014 pelo Programa Brasil de Todas as Telas do Governo Federal, por meio da ANCINE – Agência Nacional de Cinema. Esse apoio permite parceria com estados da federação, de modo que no estado de Minas Gerais, a cada R\$1 aplicado no setor, a ANCINE acrescenta mais R\$1,5. Assim, o edital Filme Minas de

¹ Pesquisa financiada pela FAPEMIG

² Ver <http://www.poloaudiovisual.org.br/>

2014 alcançou R\$5,25 milhões, sendo R\$ 2,1 milhões do Governo do Estado e R\$3,15 milhões do FSA/ANCINE (ANCINE,2018). Essa alavancagem mudou significativamente a partir de 2018, onde cada R\$ 1 aplicado localmente, a ANCINE passaria a acrescentar, em capitais outros R\$ 4 e em cidades do interior outros R\$ 5. (não sei se entraria aqui essa informação ou em outro lugar do texto)

Do ponto de vista científico, procura-se abordar a problemática do nascimento de um cluster, caracterizado pelo Polo Audiovisual da Zona da Mata, que também é classificado como um APL (Arranjo Produtivo Local) pelo Sebrae, tendo em conta a polaridade entre ambiente escasso ou munificente, fenômeno abordado por Feldman (2001), discutindo como ambientes que não têm tradição em determinado setor produtivo ensejam a constituição de clusters em determinado setor de negócios. Essa abordagem da munificência revela como esta ausência de tradição qualifica como munificente estes ambientes sócio-econômicos onde se desenvolvem atividades associadas à concentração de empresas e recursos humanos de uma mesma cadeia produtiva. Isso está presente na literatura associada à estratégias de empresas e também associada a ambientes em que ocorrem clusters, incluindo apoio governamental como elemento de construção de munificência ambiental (MOTOYAMAA; KNOWLTON,2016), performance de firmas e munificência ambiental (GORONDUTSE; HILMANN, 2017). Mas também é abordada como munificência sociocultural de um setor de negócios (YORK; LENOX, 2014), bem como York et al (2016) ao abordarem o caso de empreendedorismo social.

O efeito do ambiente sobre as estratégias de empresas, no caso da análise do nascimento de um cluster estudado por Feldman (2001) revela uma tese de que o desenvolvimento de um cluster envolve antes atributos de um ambiente e não fatores causais, que possam ser programados para se reproduzirem em outras situações como elementos de políticas prévias para criação e mesmas características em outras localidades.

No caso do Polo audiovisual da Zona da Mata de Minas Gerais, objeto de estudo dessa pesquisa, constata-se o nascimento e desenvolvimento de um cluster, destacando-se a produção de filmes longa metragens, dentre inúmeras atividades associadas com a produção audiovisual, entre curta metragens, festivais, oficinas de formação, constituição de cineclubes em escolas e experiência da aceleradora transmídia. E isso ocorrendo onde não havia indicação desse desenvolvimento, dadas as características da localização inicial na cidade de Cataguases (MG), fora dos grandes centros, onde há maior concentração de agentes empresariais e artísticos. Assim, o problema de pesquisa consiste em compreender como diferentes atores sociais reagiram às

condições do ambiente econômico, social e cultural ao longo do processo de construção do Polo Audiovisual da Zona da Mata (MG). Portanto, o objetivo desse trabalho envolve o estudo das características do ambiente e o processo de criação desse Polo, caracterizando-o como um cluster cultural.

1 Referencial teórico

O estudo da constituição e desenvolvimento de um cluster cultural, requer a compreensão da natureza dos clusters e o empreendedorismo a ele associado. No caso, cabe verificar a concepção das especificidades do empreendedorismo cultural e dos clusters culturais. Isso envolve a consideração da noção de economia criativa e sua associação com a perspectiva conceitual das cidades criativas, com foco específico em aspectos ligados ao seu desenvolvimento na vertente da economia criativa representada pelo campo da produção audiovisual.

1.1 O fenômeno dos clusters e os clusters culturais

Os estudos sobre clusters econômicos envolvem como ponto de partida a descrição das características desses clusters, com variações, a partir da concepção original exposta por Porter (1993). Uchoa e Dias (2013) empregaram esse conceito para estudar o cluster cinematográfico de Paulínia, considerando o conceito de Arranjo Produtivo Local presente no âmbito da academia no Brasil, para descrever a forma de estruturação produtiva, em que se verifica uma aglomeração espacial de empresas e instituições interdependentes, constituindo redes no processo de competição, tendo em conta as categorias de análise para captar as características de vantagem competitiva: condição de fatores, natureza da demanda, indústrias correlatas e de suporte, rivalidade do mercado.

Os estudos de clusters também tem sido focado sob outra perspectiva, com a elaboração da noção de ecossistema empreendedor, como fazem Carvalho et al (2016), tendo como ponto de partida a concepção de que “do ponto de vista teórico, o conceito de um ecossistema empreendedor refere-se à interação que ocorre entre um leque de intervenientes institucionais e individuais, de modo a fomentar o espírito empresarial, a inovação e o crescimento das PME (CARVALHO et al, 2016, p. 87).

Mineiro et al (2016, p. 75) destacam a discussão da noção de ecossistema empreendedor no World Trade Forum, expondo a conceituação ali divulgada: é composto por oito pilares que

fortalecem a estruturação de uma economia pujante que estimule o desenvolvimento de novos negócios. São necessários Mercados Acessíveis, Capital Humano Disponível, Mecanismos de Financiamento, Estruturas de Suporte, Políticas regulatórias e Infraestrutura, Educação e Treinamento, Universidades como Catalisadoras e Suporte Cultural. Também expõem a concepção de Isenberg (2010) que desenvolveu, originalmente, esse conceito de ecossistema empreendedor:

De acordo com Isenberg (2011), o ecossistema empreendedor é composto por centenas de elementos que são agrupados em seis domínios principais: Política, Finanças, Cultura, Apoio, Capital Humano e Mercados. Entende-se que um ecossistema empreendedor deve possuir uma cultura favorável que promove políticas e liderança que fortaleçam o empreendedorismo, disponibiliza alternativas para busca de recursos financeiros, qualifica mão de obra, possui um mercado acessível a novos produtos e apoio com infraestrutura avançada para atender as necessidades das empresas (MINEIRO et al. 2016, p.75).

Na análise de atividades econômicas regionalmente concentradas há consideração inicialmente da noção de cluster, termo em inglês que traduz genericamente uma aglomeração de empresas associadas a um setor de atividades. Produções científicas trazem formulações diversas sobre esse fenômeno de aglomeração, envolvendo aspectos associados ao empreendedorismo como fenômeno de criação e desenvolvimento de empresas. Os clusters trazem, em sua constituição, um conjunto de forças que assegura a busca de competitividade e dela decorrente, a produção de inovações de produtos e processos.

Análises também se voltam para compreender e explicar fenômenos associados à governança desse campo espacial e localizado geograficamente. Essa governança traduz uma vertente significativa, dado que reflete o reconhecimento de agentes sociais regionais em criar mecanismos para a vitalidade dessa aglomeração de empresas, envolvendo criação de estruturas de governança tanto no âmbito empresarial, duas associações, como também no âmbito da intervenção pública, ao direcionar certas ações visando potencializar o papel dessa aglomeração de empresas e agentes profissionais como vetores de desenvolvimento regional.

Tanto pela ação de organizações da gestão pública, como pelas análises científicas, concebe-se esses fenômenos de criação e transformação de clusters como uma abordagem micro do desenvolvimento socioeconômico (TAVARES, 2011), em contraposição de visões do desenvolvimento apenas como um fenômeno situado no campo macro dessas relações. Há, nesse sentido, uma dupla vertente, seja de análise de situações preexistentes, seja pela concepção que políticas de desenvolvimento podem ser marcadas pelos estímulos à constituição desses clusters.

Daí, há discussão se há viabilidade na repetição de experiências exitosas em outras situações, locais ou setor de negócios semelhantes ou não.

A noção de cluster passou a ser trabalhada em uma perspectiva brasileira, concebida pela Redesist (1997) como Arranjo Produtivo Local, agregando uma definição significativa que envolve alguns dos elementos consistentes com a problemática dos clusters. Assim, tornou-se um conceito que se insere na análise da problemática da aglomeração de empresas e também se presta à articulação de políticas de intervenção de entidades públicas e privadas em regiões diferentes e em setores de negócios diferentes.

Na atualidade os clusters são também estudados no campo da cultura, associados à concepção da economia criativa, segundo uma noção de capitalismo cultural. A questão central reside em como apreender a cultura como valor, dado que o mercado paga por trabalhos de arte, logo tem-se na economia um valor cultural (GEURSEN; RENTSCHILLER, 2003). Há, portanto, busca de fundos para investimento nesse campo, envolvendo relação com *stakeholders* e a consequente prática a *accountability* associada à práticas de governança em clusters culturais, aqui também denominados de arranjos produtivos culturais. Trata-se de um campo que envolve políticas governamentais e a disputa por fundos públicos em associação com desafios de desenvolvimento local com base na economia criativa. São desafios condicionados por conjunturas políticas e econômicas, sistemas de ensino e pesquisa e contextos sócio-normativos de territórios, de modo que haja disponibilidade de recursos para campos e esferas interdependentes, assim como também a consideração de regras de sua distribuição (GARCIA; LUCAS, 2017).

A partir da noção de clusters e o desenvolvimento de conhecimento sobre a economia criativa, estudos focaram o que passou a ser denominado cluster cultural. Na análise da cidade de Berlim evidencia-se a perspectiva de criação de laços locais, revelando sinergia de diferentes tipos de empreendedores no campo das artes. O estudo apresenta o caso de duas regiões da cidade, criados de forma espontânea, em que produtores e artistas se encontram e começam a se localizar em uma região da cidade, de modo não intencional, revelando o vigor de trocas de informações estratégicas com efeitos consideráveis de sinergias locais. Heebels e Van Last (2010) expõem o debate trazido por reflexões a partir de Florida (2011) em que o autor assume a ligação direta entre indústria criativas, inovação e desenvolvimento.

No caso específico de desenvolvimento de clusters culturais, estudo relevante aponta, no caso do cluster audiovisual de Porto Alegre (RS), várias características que demandam ações: melhorias no processo de distribuição de filmes; fomento à produção, com criação de um fundo

setorial para o audiovisual no estado; busca de melhoria de infraestrutura do cluster, dado que há ainda busca de serviços e produtos fora do território; necessidade de ações colaborativas entre empresas locais e aproximação com outros setores da economia criativa como o de jogos e softwares (GARCIA; FLORESSI, 2017).

1.2 Clusters culturais, economia criativa e as cidades criativas

1.2.1 Economia criativa e as cidades criativas

Ao focar estudos de clusters criativos de cidades, o olhar se volta para uma tendência recente da abordagem da problemática contemporânea da cultura como valor econômico, conforme mencionado, em uma perspectiva da noção de desenvolvimento associado a um tipo de capital, o capital cultural. Uma das vertentes dessas abordagens tem sido a conceituação e pesquisa sobre cidades criativas.

Silva et al (2012, p.23) afirmam que a noção de economia criativa está associada a um conjunto de transformações:

[...] o recrudescimento do processo de diferenciação do consumo simbólico-cultural; 2) a profusão de uma nova ecologia sócio-técnica, que têm coalhado o ambiente doméstico das famílias (miniaturização dos suportes e toda sorte de dispositivos digitais); 3) a instantaneidade das tecnologias da informação e da comunicação; 4) a valorização e legitimação das políticas culturais; 5) a utilização dos equipamentos culturais para o reordenamento e valorização econômica do espaço urbano imobiliário; 6) o direcionamento de parte da nova racionalidade administrativa e empresarial para os negócios culturais; 7) o aumento das práticas de lazer e fruição no ambiente doméstico e fora dele; 8) o crescimento da proteção jurídica sobre a propriedade intelectual.

Para Silva et al (2012) a economia criativa envolve ativos intangíveis e simbólicos, incluindo o setor audiovisual. Para os autores, o grande desenvolvimento da economia criativa no mundo traz um ponto de partida conceitual, no caso, a noção de indústria criativa, conceituada por Chris Smith, quando foi Ministro no Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido (Department of Culture, Media and Sport) que afirma serem “as atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual”

Moraes (2012) destaca uma tendência de políticas voltadas para recuperação e reconversão de zonas urbanas com ênfase nas atividades culturais e criativas, verificando-se atreladas à instalação de equipamentos de cultura, como museus, teatros, bibliotecas ou centros culturais em

regiões específicas. Mas alerta para o caso de intervenções não serem legitimadas pelos habitantes de uma região da cidade onde esses equipamentos são instalados:

[...] há casos em que as alterações acabam causando efeitos distintos dos esperados e por vezes indesejáveis: o aumento explosivo de preço de lotes imobiliários, a especulação imobiliária, a descaracterização da região e a expulsão de moradores e comércio tradicional são apenas algumas das possíveis consequências de uma política criativa mal conduzida. Vai se percebendo, assim, que uma política criativa de intervenção urbana é muito mais complexa do que pode parecer num primeiro momento (MORAES, 2012, p.15).

Ciclolella (2006) traz um conjunto de evidências dos processos de complexidade das estruturas e características territoriais nos processos de transformação metropolitana. Dentre vários aspectos na sua análise, inclui a visão de que o desenvolvimento territorial passa pela densidade e e qualidade das interrelações e conteúdos, onde a informação, as inovações e o conhecimento são protagonistas.

A abordagem evidenciada por Moraes (2012) traz embutida questões que são explicitadas por Ciclolella (2009):

El centro de las acciones deberían ser la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y de sus capacidades, priorizando el fortalecimiento de las redes solidarias, tanto a nivel de los ciudadanos como de las empresas y las instituciones, mejorando a la para las propias instituciones. En síntesis, más redes solidarias y menos Parques Temáticos, Shopping Centers y Centros de Ocio, es decir artefactos de la globalización y de la banalidad del modelo económico neoliberal (CICLOLELLA, 2009, p.47).

Landri (2011), com forte presença nessas definições iniciais do fenômeno cidades criativas, revela a necessária identificação de uma classe criativa, não podendo ser reduzida à papel significativo e predominante de indústria criativas:

Inicialmente, o conceito de “cidade criativa” foi considerado o de um lugar onde os artistas desempenhavam um papel central e onde a imaginação definia os traços e o espírito da cidade. Ao longo do tempo, as indústrias criativas, do design à música, das artes do espetáculo às visuais, ocuparam o centro da cena dos debates, por seu papel como eixo econômico, criador de identidade urbana ou fator de geração de turismo e imagem. Em seguida, a presença de uma grande “classe criativa”, que inclui as acima citadas, assim como a comunidade de pesquisa e os nômades do conhecimento, foi vista como um indicador básico de cidade criativa. Isto exige a criação de novas condições para que o pensamento, o planejamento e a ação sejam colocados em prática criativamente na resolução dos problemas urbanos, marcando o espírito da cidade (LANDRY, p.10).

Rocha Cruz (2013) evidencia que desde 2004, a UNESCO promove a rede Cidades Criativas, revelando o valor do ambiente urbano como mais propício para o desenvolvimento da economia criativa. Síntese significativa é exposta por Reis (2011), constatou que independentemente da escala, do contexto socioeconômico e da história da cidade, sempre há

relação com certas especificidades, naquilo que ela denominou “sentimento” ao tentar captar esse fenômeno, uma história.

1.2.2 Clusters culturais e o campo audiovisual

A unidade elementar de um cluster cultural são os empreendedores culturais, que na visão de Klamer (2011)

[...] are cultural because they are about the cultural. Being focused on the (cultural) content, being about the art itself and the creative process is a moral attribute of the cultural entrepreneur. The economics has to be an instrument for them in order to realize cultural values” (KLAMER, 2011, p.17).

Nessa perspectiva, tendo em vista essa concepção de empreendedores culturais, pode-se buscar, na análise da economia criativa, um aspecto particular, a análise de clusters da indústria cinematográfica como parte do campo audiovisual. Avaliar como se criam clusters, especialmente clusters nesse campo, como evidenciou-se, há que se considerar aspectos da identidade cultural e o debate associado quanto à diversidade cultural.

Em 2012, em relatório sobre a economia criativa verifica-se a dificuldade de avaliar o impacto econômico da indústria do cinema mundial. A fabricação, distribuição e exibição de filmes continuam sendo dominadas por um pequeno número de grupos verticalmente integrados; cerca de 80% de todos os filmes exibidos mundialmente são produções de Hollywood. A América Latina está vivenciando um renascimento da produção cinematográfica, principalmente na Argentina, no Brasil e no México, mas os filmes nacionais continuam lutando por espaço na tela (RELATÓRIO, 2012).

Análises diversas podem ser feitas, tendo como substrato a problemática da economia criativa associada à cultura e identidade local, sendo que dentre essas, um tipo de análise volta-se para uma noção de sustentabilidade de um cluster, como no estudo feito sobre o cluster cinematográfico de Istambul (ÖZ; ÖZKARACALAR, 2011). Na Turquia havia uma clara concentração da indústria em Istambul, capital cultural do país, com claro desenvolvimento em um período longo, mas que apresentou aquilo que os autores denominaram falta de base estrutural, pois a origem foi marcada por investidores que vieram do próprio campo, sem, contudo, atraírem investidores de outros setores da economia. Assim, avaliam o caso refletindo porque Hollywood teve fatores de sucesso, no espaço e no tempo, quando apelam para estudos sobre esses clusters criados com padrões diferentes:

Espera-se que a literatura concernente à resiliência de clusters deva começar com a questão fundamental sobre porque ou não todos os clusters têm sucesso (...) evitando um fato curioso: as mesmas condições que são associadas com o sucesso de um cluster podem ser também típicas de outros que não se desenvolveram convenientemente (...) A principal razão é que as falhas têm pouca publicidade (...) cabendo investigação sobre (1) como os participantes respondem estrategicamente aos desafios futuros,(2) a capacidade estrutural de um cluster em superar esses desafios (3) as condições macroeconômicas nas quais esses desafios ocorrem, as quais podem exacerbar esses desafios ou mitigá-los (ÖZ; ÖZKARACALAR, 2011, p.362-363).

Essa problemática de sustentabilidade de uma indústria cinematográfica também tem sido objeto de debates no Brasil. No caso da indústria do cinema, a presença de grandes investidores e a inserção de financiamento público em seus projetos e a presença de produtores independentes ou pequenas produtoras, se defrontam com um problema nem sempre bem avaliado, como aponta Deheinzelin (2011) sobre o caso brasileiro:

Infelizmente a maioria de nós - governo, empresas, empreendedores criativos - ainda dedicamos a maior parte de nosso tempo, recursos e energia para produzir e não para circular. E o curioso é que, se tivéssemos mecanismos de distribuição e visibilidade, viabilizar a produção já seria quase uma consequência. A falta de circulação e visibilidade cria uma falsa impressão de escassez (...) A ideia da falta da escassez leva de novo a enfatizar a produção em detrimento da distribuição, e eis-nos presos num círculo vicioso (DEHEINZELIN, p.66).

Produtores e realizadores no âmbito do cinema realizam ações empreendedoras, na medida em que são indivíduos e estão inseridos em organizações no ambiente audiovisual em interação com outras organizações e com o poder público e o mercado, interpretando as propostas das políticas para o setor e o estado do mercado para agirem de modo empreendedor. Portanto, diante de oportunidades que são identificadas, se inserem em produções culturais, no caso o cinema, realizando processos diversos que envolvem aspectos da cadeia produtiva cinematográfica, a cada projeto realizado obtêm resultados que abrem novas oportunidades de trabalho e novas produções.

Esta interação em rede reflete, como observado, aspectos da cadeia criativa, mas também a cadeia produtiva do cinema. Os desafios de empreendedores culturais e do Estado envolvem o desenvolvimento dessas duas cadeias, tendo em conta uma perspectiva de desenvolvimento social e econômico, dado o forte papel da economia criativa para tal. Para estudar uma dada realidade social e econômica, invoca-se a noção de desenvolvimento local, territorial ou regional. Como verificado, esta perspectiva não está dissociada da problemática da diversidade cultural, envolvendo nações e território. Paiva et al (2006) focando a problemática da identidade como elemento a ser considerado na produção de produtos culturais. afirmavam, referindo-se ao empreendedor que,

A presença da identidade cultural na articulação de caráter empreendedor, neste contexto, passa a ser um caminho para entender a natureza da prática empreendedora. É neste processo que ele encontrará as referências necessárias para ressignificar os recursos econômicos e simbólicos e reinscrevê-los em novas condições de produção e de consumo, participando da globalização [...] (PAIVA et al., 2006, p.2).

Do ponto de vista de análise, questões relativas à identidade cultural trazem a perspectiva do local, que em sua particularidade engendra atividades que se contrapõem ao global, ora também se complementando com esse global. Assim, conforme mencionado, em uma dada região ou em uma dada cidade, quando um cluster se desenvolve, empreendedores se inserem nesse processo sob uma ótica do local. Uma cadeia produtiva de cinema envolve diferentes funções que passam a compor, em certos casos, espaços para a constituição de clusters. A problemática da constituição de um cluster no campo da produção cinematográfica envolve aspectos que merecem consideração, como aponta Kirschbaum (2006), ao evidenciar a noção de trabalho colaborativo na natureza da divisão do trabalho nesse setor, de modo que a coordenação requer constante negociação entre os envolvidos.

Esse conjunto de aspectos relativos à natureza dos clusters culturais, quando se analisam clusters no campo audiovisual, associados com a problemática da construção de cadeias produtivas e às alternativas de políticas públicas, conduz ao desafio de procurar compreender como nascem os clusters. Um aspecto significativo é a possibilidade de avaliar as características do ambiente. Algumas das categorias apropriadas por vários autores foram expostas por Dess e Beard (1984), sempre referenciados quando se mencionam dimensões do ambiente como munificência, dinamismo e complexidade (PORTO et al, 2009).

A dimensão munificência, que representa a capacidade do ambiente competitivo de prover acesso a recursos, condições para que empresas tenham crescimento sustentável, foi retomada por Feldmann (2001) ao estudar a constituição de um cluster, com base na polaridade das características do ambiente socioeconômico, que poderia ser considerado como escasso ou munificente. Segundo a autora, a análise desse ambiente deve ser feita, portanto, como atributos e não como fatores causais para o cluster estudado e isso seria, assim, uma constatação que mereceria ser considerada para evitar que se construam políticas buscando reproduzir condições de clusters exitosos, pois essas características seriam antes atributos que fatores causais.

A análise de um cluster criativo, dado o dinamismo recente da economia criativa, enseja essa reflexão sobre suas origens, sobre as características de sua história e desenvolvimento, indo além da observação do empreendedorismo cultural associado à criação e desenvolvimento desse cluster, mas envolvendo também visões sobre políticas de desenvolvimento local. Aspectos como

a noção de resiliência de cluster (ÖZ; ÖZKARACALAR, 2011), escassez ou munificência (PORTO et al, 2009) de clusters são aspectos dessa análise. Evidencia-se que a problemática da munificência não se resume a aspectos econômicos, mas também pode ser considerada na perspectiva de uma munificência sociocultural.

2 ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL NO POLO AUDIOVISUAL DA ZONA DA MATA DE MINAS GERAIS

Nesta seção apresentam-se aspectos dos procedimentos metodológicos e são expostas as evidências empíricas. Nessa pesquisa foi praticada a observação livre, recorrendo-se registros em anotações de campo de natureza descritiva e reflexiva (TRIVIÑOS, 1987), e a partir daí foi construído um roteiro de entrevistas. Nesse roteiro foram abordados os seguintes aspectos: Origem e fases do Polo, considerando o envolvimento de municípios componentes do Polo; especificidades do envolvimento de empresas, geração de empregos e apelo à apoio de políticas públicas; aspectos específicos da ação do Polo para realização de filmes na região e aspectos da chamada “carreira desses filmes”. Nesse caso específico, considerou-se o emprego do roteiro para realização de duas entrevistas com um informante-chave (MINAYO, 1993), caracterizado como alguém que expressa, de modo mais completo e consistente, fatos e análises sobre uma dada realidade estudada, quando comparado com outros entrevistados. César Piva, que atua no polo desde a sua fundação, pode informar sobre os desafios e aspectos decisórios, motivações de diferentes atores, ações realizadas e perspectivas de atores diversos envolvidos na construção do Polo. Também foram considerados como evidências empíricas certos documentos e depoimentos de agentes diversos presentes no site do Polo Audiovisual da Zona da Mata³. Nos relatórios também constam dados econômicos relacionados às atividades.

As categorias e abordagens teórico-analíticas sobre o fenômeno dos clusters, especificamente clusters culturais, economia criativa e cidades criativas, em relação com as especificidades do campo audiovisual levaram à construção de categorias prévias para análise de conteúdo (BARDIN, 2009) do material composto pelos documentos, relatos diversos, entrevista com César Piva e depoimentos de agentes envolvidos nas atividades do Polo. Essas categorias prévias foram expressas em três aspectos: ambiente socioeconômico da região da Zona da mata

³ Ver www.poloaudiovisual.org.br

de Minas Gerais; aspectos das produções no campo audiovisual; impacto econômico do polo audiovisual.

2.1 Ambiente socioeconômico na região: O Polo e simbolismo da reconquista da tradição em cultura

O Polo Audiovisual da Zona da Mata de Minas Gerais nasce na cidade de Cataguases (MG), onde ocorreram as experiências filmicas iniciais de Humberto Mauro, considerado o “pai do cinema brasileiro”, experiências essas marcadas pelo filme *Valadão*, o *Cratera*, de 1925, que faz parte do período denominado ciclo de Cataguases (LINO, 2000).

O Polo consiste em uma iniciativa que pode ser considerada uma retomada simbólica, de um papel significativo de empresas industriais da cidade no incentivo à produções culturais. A cidade de Cataguases mantinha sua tradição cultural e renovava sua potência criativa, sobretudo, por meio de instituições sociais ligadas à importantes empresas privadas locais, com dezenas de iniciativas em diversos setores, na música, teatro, literatura, artes plásticas, memória e patrimônio cultural. Nos primeiros anos do novo milênio, com forte alcance de público, destacavam-se a revitalização de espaços e inauguração de centros culturais, a realização de dezenas de projetos, exposições, espetáculos e eventos do Instituto Francisca de Souza Peixoto da Companhia Industrial Cataguases (setor têxtil) e da Fundação Cultural Ormeo Junqueira Botelho da Companhia Força e Luz Cataguases-Leopoldina (setor energético).

Novamente, a partir de 2007 essas ações serão ampliadas ainda mais com início de atuação na cidade do Instituto Votorantim da Companhia Brasileira de Alumínio (setor minerador) e da recém-inaugurada Fundação Simão José Silva da Empresa Bauminas (setor químico). Dentre as lideranças dessas instituições se destacava o trabalho de Marcelo Peixoto e Monica Botelho, legítimos representantes geracionais das principais famílias de empresários locais, que historicamente investem em cultura e educação no município e região.

Com toda essa força das instituições viabilizadas pela iniciativa privada local, a Prefeitura Municipal, em parceria com a Agência de Desenvolvimento de Cataguases (ADECAT) e o Sebrae regional, passa a mobilizar e reunir as principais lideranças dos setores culturais, educacionais e empresarias, na perspectiva de uma política pública de cultura para a cidade. Esse grupo, com apoio de uma consultoria contratada pela prefeitura municipal, teve, ao longo de 2001, diversos encontros de trabalho participativo para construir de maneira colaborativa um diagnóstico-prognóstico com as bases principais para uma ampla ação unificada entre as diversas instituições e o governo local.

O resultado deste primeiro trabalho foi apresentado publicamente em 2002, durante a inauguração do Centro Cultural Humberto Mauro da Fundação Cultural Ormeu Junqueira Botelho, com o nome de “Programa Humberto Mauro de Cultura e Cidadania”, tendo como eixos norteadores de ações caracterizadas como: integradas entre governo municipal, empresas e sociedade civil organizada; de gestão cultural permanente de uma rede de cooperação participativa e horizontal; de longo prazo e estruturadoras, de impacto geracional, em especial, com e para a juventudes locais; ligadas ao setores do audiovisual e das novas tecnologias; indutoras da economia da cultura para o desenvolvimento local sustentável.

Para Monica Botelho (Presidente da Fundação Cultural Ormeo Junqueira Botelho/Energisa e da Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual da Zona da Mata):

No passado nossa região foi conhecida como berço do modernismo e do cinema de Humberto Mauro. Agora, já no século 21, conquistamos, novamente através da produção audiovisual, enorme visibilidade e reconhecimento em nosso Estado, no Brasil e no exterior. Uma experiência liderada pela sociedade civil que mobiliza o investimento estratégico e regular de empresas como a Energisa, que incentiva outras empresas locais. Um exemplo de gestão que reúne o uso de recursos públicos, de fundos, leis de incentivo e isenções fiscais, com recursos próprios de empresas, todos comprometidos com o desenvolvimento sustentável da região. O Polo Audiovisual é hoje uma realidade com a produção de dezenas de filmes, entre curtas e longas-metragens, produção para televisão e internet, inúmeros festivais e projetos, que movimentam recursos relevantes para a região, gerando trabalho e renda para centenas de técnicos e artistas, promovendo impacto da economia local e regional. Um verdadeiro “case” de sucesso da chamada economia criativa, combinado com o avanço de políticas públicas. Podemos afirmar, sem nenhuma dúvida, que somos hoje a região do interior brasileiro que mais produz filmes em todo todo território nacional. Essas produções ganham telas de mostras e festivais, estão nos cinemas, na televisão, em praças públicas, revelam para nós mesmos e para o mundo toda nossa capacidade de trabalho, artística e profissional, nossas cidades e nossa diversidade cultural. O investimento na cultura é acreditar na vivência e experiência de uma educação para a vida.

Com esse fundamento, de Cataguases emana um movimento, inicialmente com criação de produtoras locais. A continuidade das atividades no campo da cultura, um dos principais obstáculos apontados por todos participantes ao longo do diagnóstico, foi resolvida com criação em 2003 de uma nova organização social, o Instituto Cidade de Cataguases, que passa, desde então, a garantir representatividade de todo o processo ao congregar em sua direção as lideranças principais locais, envolvidas e comprometidas com a “causa” apresentada pelo Programa de Cultura e Desenvolvimento Local.

Nesse período são lançados os primeiros projetos estruturantes que serão realizados a partir de 2005: o 1º CINEPORT – Festival de Cinema de Países de Língua Portuguesa e o “ponto de cultura” FÁBRICA DO FUTURO – Incubadora Cultural e das Novas Tecnologias.

A partir da experiência inicial de Cataguases, houve expansão das atividades para outros municípios na região desde 2007, sobretudo, a partir de uma parceria com o SEBRAE-MG, foi criado o “Fórum DiverCidades Criativas”, que passou a ser palco para mobilização e participação de gestores municipais e agentes culturais de diversas cidades da região do Polo.

Na relação com o mercado audiovisual, coube sempre à Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual, a partir de 2014, realizar a mediação executiva de prospectar produções e definir as cidades de produção, sobretudo, levando em consideração as necessidades dos filmes. Assim, após visitas de locações com as produtoras, a agência passa a mediar com as prefeituras municipais as possíveis parcerias e suporte local de logística, infraestrutura, serviços, liberações de locações, alvarás, etc. Assim, já foram realizadas grandes produções na cidades e distritos de Cataguases, Leopoldina, Muriaé, Miraí e Rio Novo.

No fortalecimento de empreendedores criativos locais, na produção de curta-metragem, a chamada do Edital Usina Criativa de Cinema é exclusivamente para moradores de 65 cidades da área de abrangência da empresa Energisa, principal parceria patrocinadora do Polo Audiovisual. Desde 2015 já foram produzidos 15 filmes incluindo também aqueles com histórias da região, produzidos por talentos locais, nas cidades de Cataguases, Muriaé, Leopoldina, Visconde de Rio Branco, Ubá e Descoberto.

Na relação com a educação integral, desde 2013, no projeto Escola Animada Rede Cineclubes, com a implantação de 22 salas de exibição de filmes em escolas públicas, em especial, com parcerias das Superintendência Regional de Ensino e Secretarias Municipais de Educação, que envolve 12 cidades da região: Cataguases, Além Paraíba, Leopoldina, Itamarati de Minas, Miraí, Muriaé, Rosário da Limeira, São Sebastião da Vargem Alegre, Visconde de Rio Branco, Volta Grande, Ubá e Juiz de Fora.

A análise de César Piva (Gestor Cultural da Fábrica do Futuro e Diretor executivo da Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual) sintetiza as fases por ele identificadas:

- **Fase 1: Rede de Cooperação Local (2002-2004):** Nessa fase foi fundamental criar o grupo de trabalho formado pelas principais lideranças locais interessadas e dispostas a identificar a “causa”, elaborar e desenvolver um programa de desenvolvimento local. Esse grupo então foi capaz de produzir, a partir do diagnóstico-prognóstico participativo, os eixos e diretrizes do programa de cultura e desenvolvimento, escolher o setor audiovisual como área estratégica para planejar as ações estruturadoras;

- **Fase 2: Formação e aproximação do mercado audiovisual (2005-2009):** Com a realização do Festival CINEPORT a partir de 2005 inaugura-se uma fase de contato direto com mercado de produção audiovisual no Brasil e no exterior, fundamental para estabelecer relações com cineastas, produtores e empresários do setor, identificar tendências e potencialidades para o futuro plano de atração de filmes para serem realizados na região. Com a FÁBRICA DO FUTURO são realizadas diversas residências criativas com ações de pesquisa e experimentação de narrativas e novas tecnologias, por meio de um trabalho intenso de formação e capacitação técnica, sobretudo, de jovens da região. A partir de 2008 começam as edições do FESTIVAL VER E FAZER FILMES, que tem como objetivo aprofundar a relação do audiovisual com a educação integral. Nesse contexto ampliam a abrangência das ações que passam a alcançar outras cidades da região;

- **Fase 3: Modelagem e Implantação do Polo Audiovisual (2010 - 2015),** período iniciado com a realização de inúmeras “missões” institucionais e técnicas, com visitas à polos e cluster no Brasil e no exterior, sendo que no país a principal inspiração e referência foi a experiência e trajetória do Porto Digital do Recife. Uma “agenda estratégica” passa a ser implementada a partir de três dimensões: Governança, Mercado e Educação. No campo da Governança, em 2014, foi criada a Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual, uma nova organização social responsável por representar e mediar as ações na região, sendo reconhecido, em 2013, pelos governos estadual e federal como arranjo produtivo local – APL intensivo em cultura. Na esfera do Mercado, o período é marcado pela atração de grandes produções cinematográficas para serem realizadas na região, vindas, em especial, através de importantes produtoras de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. Uma ação articulada por recursos de empresas públicas e privadas locais, com novas e potentes oportunidades oferecidas pelo Fundo Setorial do Audiovisual, geridos pela Agência Nacional de Cinema – Ancine. Na dimensão da Educação, por lado, para atender a demanda desses filmes por mão de obra local, o projeto Estúdio Escola da Fábrica do Futuro organiza inúmeras residências criativas de qualificação técnica e profissional. Por outro, para formação público e ampliar repertório cultural de comunidades locais, o projeto Escola Animada – Rede Cineclube, organiza uma rede de 22 salas de exibição em escolas públicas de 12 cidades da região;

- **Fase 4: Cluster Audiovisual em Rede (2015...),** com a implementação pelo Governo de Minas Gerais do PRODAM – Programa de Desenvolvimento do Audiovisual Mineiro a partir de 2016, associado às linhas de fomento com volumosos recursos do Fundo Setorial do

Audiovisual/ANCINE, mais uma simples alterações com ampliação do teto de projetos audiovisual na Lei de Incentivo Estadual (200 mil para 500 mil, e depois para R\$ 750 mil), foi possível, a partir de 2018, alcançar a regularidade necessária para manter em atividade permanente a cadeia produtiva local, ao dobrar o número de filmes realizados na região. No Governo de Minas Gerais o destaque é para a atuação da CODEMIG, já na Zona da Mata a singularidade é a participação estratégica de uma empresa privada, a ENERGISA.

Na atualidade, amplia-se também a relação com as principais produtoras da capital mineira e uma parceria com o BH-TEC – Parque Tecnológico de Belo Horizonte, possibilita o início de implementação do MIDIAPARQUE – AUDIOVISUAL EM REDE, um “cluster regional” com um dois HUBS, um em Cataguases, outro em Belo Horizonte.

Merece ainda ser mencionado que a partir de 2019 inicia-se aquilo que o gestor menciona como **Fase 5 - Polo 3.0**, em que a partir dos recentes arranjos financeiros organizados pela Agência do Polo Audiovisual, com a Agência Nacional de Cinema – ANCINE, a empresa elétrica ENERGISA e o Governo de Minas Gerais, através do edital de “Coinvestimentos Regionais” os recursos, para apenas os próximos dois anos, irão alcançar R\$ 20.5 milhões. Estima-se a realização de 17 projetos produções que irão gerar 850 postos de trabalho diretos e o impacto de R\$ 42,5 milhões na economia local. Outros componente relevantes foram iniciados em 2019: o primeiro com a apresentação pública do projeto RIO POMBA VALLEY, liderado pelo grupo Energisa, tendo como empreendimentos âncoras uma fábrica de software da empresa e o Polo Audiovisual, como alavancas principais para implantação em Cataguases e região de um parque tecnológico reunindo criatividade, conhecimento e inovação, conteúdo e tecnologia, na perspectiva das cidades digitais e inteligentes (smart cities); o segundo com a organização de um novo arranjo criativo, dessa feita em torno do setor do áudio e da música, com a apresentação do projeto “CIDADE DA MÚSICA” na cidade de São João Nepomuceno, integrando esse importante setor ao programa de desenvolvimento local.

2.2 Aspectos das produções e do dinamismo do Polo

Verifica-se a existência de uma rede de cooperação, envolvendo ENERGISA, Cia Brasileira de Alumínio, Governo do Estado de Minas Gerais, Secretaria de Estado da Cultura, Secretaria de Estado da Educação, Secretaria de Estado da Ciência, Ensino e Tecnologia, Codemig, SEBRAE; FIEMG; Universidade do Estado de Minas Gerias – UEMG;

Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG; Ministério da Cultura – Agência Nacional de Cinema – Ancine.

A análise do Relatório de Atividades (RELATÓRIO. POLO AUDIOVISUAL DA ZONA DA MATA 2010-2017), revela a realização, ao longo dos últimos anos, 15 grandes produções de âmbito de circulação nacional, na região (2 produções em média, por ano), elencadas a seguir: "Meu Pé de Laranja Lima", de Marcos Bernstein; "Exilados do Vulcão" de Paula Gaitan; "Menino no Espelho" de Guilherme Fiuza Azenha; "Estive em Lisboa lembrei de você" de Jose Baharona; "Hannya" de Diogo Hayashi; "Quase Samba" de Ricardo Targino; "A Família Dioni" de Alan Minas; "Vaga-lumes" de Daniela Guimarães; "Introdução a música de sangue" de Luiz Carlos Lacerda (Bigode); "Campo de Jogo" de Eryk Rocha; "Redemoinho" de José Luis Villamarin; "Correndo Atrás" de Jeferson Dé; "Árvore dos Araújo", de Alfredo Alves; "Maria do Caritó" de João Paulo Jabur; "Arigó" de Gustavo Fernandes; "A Queda" de Diego Rocha, produção Dromedário Cinema e Vídeo (MG); "A História de um crime" de Ruy Guerra, produção Kinossaurus (RJ); "Derrapada" João Amorim, produção Três Tabelas Filmes (RJ) e Camisa Listrada BH (MG); "Natureza Morta" de Clarissa Ramalho, produção de Viralata TV e Benedito Filmes (RJ); "Castelo de Terra" de Oriane Descout (BR-FR); "Dentro da Caixinha", de Guilherme Reis, produtora Postura Digital (MG); "Órfãs da Rainha" de Elza Cataldo, produção Persona Filmes (MG); Para 2020, estão adiados: "Azul Celeste", direção de Silvia Godinho e produção Dromedário Cinema e Vídeo (MG); "Comadres", telefilme com direção Renata Sette e coprodução Rede Globo de Televisão e a Dromedário Cinema e Vídeo (MG); "Só não posso dizer o nome" de Helvécio Ratton, produção Quimera Filmes (MG) e "Saci" de Bruno Benec (MG);

Quanto às produções regionais, desde 2015 já foram produzidos 25 curtas locais entre 2015 e 2019. Isso resulta de uma chamada regional anual com o edital USINA CRIATIVA DE CINEMA, para produção de curtas metragens de talentos locais, com histórias inspiradas na diversidade cultural da região. Os projetos selecionados recebem além de recursos financeiros, diversas consultorias e suporte na produção.

Avaliando a infraestrutura, verifica-se que em Cataguases há uma área de 10 mil metros quadrados, onde atualmente se localiza um ESTÚDIO-ESCOLA FÁBRICA DO FUTURO, com: um estúdio de 300 metros quadrado para pequenas e médias produções audiovisuais, projetos de animação, videocliques de bandas da região; dois galpões de 100 metros quadrados de laboratórios e aceleradora de projetos de animação e transmídias;

realização de oficinas e residências criativas; uma base de produção com cinco salas de trabalho, figurino, arte e camarim; um albergue para hospedagem de até 20 pessoas.

Uma vertente significativa tem sido a inserção no campo da educação integral, estando em curso Projeto ESCOLA ANIMADA – REDE CINECLUBE, com coordenação de 24 salas de exibição em escolas públicas de 10 cidades da região, para introduzir o audiovisual nos processos pedagógico e para exibição de produção audiovisual brasileira.

Outra vertente de serviços associados e derivados é o GUIA DE PROFISSIONAIS E SERVIÇOS (GPS), com mais de 600 cadastros de locações, profissionais, equipamentos, prestadores de serviços e fornecedores locais. Isso constitui um aspecto complementar, ao mesmo tempo em é disponibilizada uma plataforma digital para gestão a distância dos filmes e projetos: PRO.AR - Plataforma de Produção Audiovisual em Rede.

Pesquisa recente (Guerra, 2020) revela visão de diretores e produtores de filmes, bem como de profissionais da região que foram formados para atuar como técnicos no campo da produção cinematográfica. Três produtores cinematográficos que filmaram cinco filmes e uma série na região do Polo, apresentaram algumas considerações: reconhecem que parte considerável dos gastos com a produção foram dispendidos na região; possuem planos de voltar a produzir na região e acreditam que podem contratar mais serviços localmente, sugerindo-se a criação de um centro de locação de equipamentos na região. Também evidenciaram ter contratado profissionais de serviços diversos (eletricistas, som, assistentes de produção). Quanto aos atores, foram poucos, havendo comentários sobre a necessidade de ampliar-se a formação de atores, pois há na região grande potencial para formação de elenco para o cinema, dado que existem diversos grupos de teatro de que formam atores de qualidade.

Os produtores cinematográficos relataram que houve prestação de serviços necessários no campo da hotelaria, catering e transporte. Mas há clareza em reconhecerem que estes prestadores de serviços precisam melhorar sua capacidade de atendimento, bem como melhoria de qualidade em relação aos preços pagos. Aspectos que merecem destaque foram o transporte e segurança, pois ainda se constata casos de quase informalidade nesse atendimento. Em todos os casos, produtores mencionam necessidade de regulamentação “cadastral”(CNAE- Classificação Nacional de Atividades Econômicas) dos potenciais fornecedores locais.

Nessa mesma pesquisa foram entrevistados 12 profissionais locais, sendo que seis deles atuam exclusivamente no campo da produção cinematográfica no Polo. Constatou-se que há o reconhecimento de que se identificam com projeto do Polo Audiovisual da Zona da Mata e que avaliam como positivo as oportunidades de trabalhar com as produções. Mas ressaltam a necessidade de uma organização das relações com as empresas produtoras que os contratam, bem como as relações com a estrutura do Polo. Afirma-se que buscam um maior reconhecimento profissional e apoio na oferta de seus serviços, e isto aponta a necessidade de revisão e criação de novas formas de comunicação, bem como a divulgação das atividades programadas ao longo do ano. Evidenciam que há diferenças entre as remunerações deles em relação a dos profissionais que vieram com equipes de fora da região. Embora não sejam sindicalizados, demandam a criação de uma tabela de preços para melhor negociarem seus contratos.

2.3. Impacto econômico do polo Audiovisual

A observação do processo de transformação das atividades, trouxe, conforme mencionado, os elementos econômicos que caracterizam fatores para o desenvolvimento regional que caracterizam o efeito de clusters. Verifica-se que há criação de postos de trabalho a cada novo filme que é produzindo na região, como ressalta César Piva:

Na pesquisa realizada em 2013 pelo Sebrae já se contabilizava 44 novos empreendimentos ligados ao setor audiovisual na região, sobretudo, de microempreendedores (até porque uma legislação nova naquele momento). A área cultural, em especial, o setor audiovisual não gera empregos diretos e, sim, dependendo sempre do tamanho da produção, um grande número de ocupação temporária com remuneração semanal de altos valores, se comparados a mercado de trabalho tradicional. Em geral grandes nossas produções, na fase de filmagens em um prazo máximo de 6 semanas, ocupam diretamente 80 a 150 pessoas diretamente, e até outras 300 pessoas entre figurantes e prestadores de serviços. A partir de 2019 já teremos três empresas âncoras instaladas em Cataguases, duas no setor de produção audiovisual e uma na gestão de infraestrutura e equipamentos.

A experiência é marcada pela possibilidade de formação de mão de obra local, ao mesmo tempo que representa o envolvimento de empresas das localidades, sobretudo nos campos do comércio e serviços, como apontava Gilca Napier (Gestora pública e musicoterapeuta, participante da diretoria da Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual):

A expectativa da cidade de Muriaé participando dessa experiência é que nossa população possa conhecer mais, participar e se profissionalizar na área do Audiovisual. O audiovisual abre um campo imenso de oportunidades profissionais e de crescimento para o indivíduo. Eu destacaria também, termos criado na cidade, em 2011, a Escola Municipal

de Audiovisual Carlos Scala e também termos recebido quatro produções de filmes longa metragem que impactaram nossa economia sim, mas em especial a auto estima local.

Afinal o desafio de sustentabilidade passa pela dinamização possível da economia da região. Marcos Pimentel (Diretor de Formação da Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual), apontava essa perspectiva:

Acho que o grande desafio é fazer o Polo Audiovisual caminhar por suas próprias pernas. É preciso garantir que a prática audiovisual da Zona da Mata mineira seja uma constante. Para isso, acho importante criar mecanismos que garantam a sustentabilidade de duas pontas desta cadeia: a de filmes de fora, que vêm filmar na região, e a de filmes locais, que precisam ser realizados na região e obter visibilidade fora dela. Para isso, por um lado, criamos as residências criativas e os laboratórios de formação do Estúdio-Escola da Fábrica do Futuro com um programa de formação e qualificação profissional e, por outro, estamos promovendo um concurso regional de estímulo a produção audiovisual de produtores da região, que é o as edições do Usina Criativa de Cinema”, que valoriza e fortalece os novos talentos que surgem na região.

Verifica-se que uma política de formação de mão de obra e o impacto local. Revela-se, assim, uma preocupação de preparação da região para prestação de serviços especializados, em especial, para atender demandas das grandes produções cinematográficas realizadas na região. Dentre essas iniciativas são destaques: nas áreas técnicas, os microempreendedores como assistentes de produção executiva, assistentes de direção de arte, assistentes de figurino, preparador de elenco, maquinaria e elétrica, motoristas; nos serviços, as micro e pequenas empresas como serviços de “catering” em set de filmagens, lavanderia especializada em figurinos, locação de equipamentos, segurança, limpeza e serviços gerais; No setor artístico, com maior envolvimento de atores e atrizes no elenco de apoio dos filmes, em especial, de crianças e jovens, além de um grande número de figurantes locais.

Exemplo de resultados dessa política de formação é expressa no depoimento de Juliano Braz, que trabalha na área técnica das produções:

Minha experiência na cultura começa com 18 anos. Comecei como “agente jovem” do Programa Cultura Viva na Fábrica do Futuro em 2005. Já fui ator, palhaço doutor, animador, cinegrafista, produtor em várias produções, hoje meu objetivo é me especializar na área técnica. Com essa ideia já trabalhei em 8 grandes produções no Polo, todas voltadas para parte de maquinaria, elétrica e vídeo assist.

Avaliando-se o Relatório de Atividades (Relatório. Polo Audiovisual da Zona da Mata 2010-2017), verifica-se que ocorreu um impacto de R\$ 18,2 milhões na economia local. Havendo recursos combinados entre o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA/Ancine), Lei Estadual e Federal de incentivo fiscal através do patrocínio da ENERGISA, sendo assim distribuídos: R\$ 6,6 milhões para 6 produções nacionais de longa-metragem e uma série de TV; R\$ 900 mil investidos em

equipamentos e obras de infraestrutura de produção em Cataguases; R\$ 800 mil para formação e qualificação técnica para mais 200 pessoas, sobretudo, jovens da região; R\$ 400 mil para 10 produções regionais de curtas metragens de talentos locais; R\$ 600 mil na realização de 3 edições do Festival de Ver e Fazer Filmes.

Para o período 2018-2022 encontram-se em prospecção investimentos associados ao projeto de criação e desenvolvimento, do MídiaParque, assim distribuídos: R\$ 20 milhões de contrapartida local - Agência do Polo Audiovisual da Zona da Mata / Governo de MG / Energisa ; R\$ 50 milhões - Agência Nacional do Cinema / FSA / Ministério da Cultura / BNDES, representando, portanto R\$ 70 milhões, o montante - que o projeto MÍDIAPARQUE - AUDIOVISUAL EM REDE está em busca de investimento estratégico para sua implementação no período de 5 anos. Além desses recursos, espera-se contar com R\$ 60 milhões aportados pelo Governo do Estado de Minas Gerais / Codemig / Codepar e R\$ 45 milhões como suplementação pela Agência Nacional do Cinema.

Considerações finais: síntese analítica

O ponto de partida desse trabalho foi a discussão sobre como nascem e se desenvolvem os clusters. Verifica-se que na Zona da Mata (MG) a trajetória desse cluster cultural permite concordar com Feldman (2001), identificando suas características como atributos do ambiente, evidenciando que não se pode imitar experiências exitosas de clusters, imitando suas características como de partida, para obtenção de resultados semelhantes em outras situações. O estudo do caso revela que as particularidades de sua história configuram um ambiente munificente, como atributos socioculturais relevantes, que impulsionaram o empreendedorismo. Assim, revela-se a presença de fatores socioculturais e simbólicos dessa munificência, ao lado de seus aspectos econômicos, fenômeno conceituado por York et al (2016), ao retomarem a perspectiva da abordagem institucionalista, definindo o ambiente sociocultural como regras do jogo não escritas (YORK; LENOX, 2014). Verificou-se o fenômeno da legitimidade dos agentes, que ancorados em empresas locais, decidem fazer “a coisa certa” ao retomar na cidade que foi berço do cinema nacional com Humberto Mauro, a prática e o negócio das produções audiovisuais. Mesmo que, no caso tenha se verificado uma característica passada de atividades culturais associadas a ações de empreendedores locais, sem uma perspectiva como atual, em que atividades culturais podem se inserir no campo da economia criativa.

Os agentes sociais inseridos na configuração do cluster reconhecem esse passado e o valorizam como uma retomada, como uma reconquista. Esse clima está refletido nos depoimentos de agentes envolvidos com a ideia e com a prática da constituição e desenvolvimento das atividades do cluster, essa revalorização da tradição de atividades culturais na cidade de Cataguases. Mas, dadas as condições sociais e econômicas atuais, o mecenato que dera origem a essa característica da cidade no passado, agora o faz no âmbito das condições atuais, associado aos benefícios de políticas públicas e reconhecimento de oportunidades associadas ao desenvolvimento da economia criativa. E, na atualidade, em uma perspectiva de impulso ao desenvolvimento local, abrem espaço para emprego, trabalho e criação de novas oportunidades para formação de jovens e adultos, ensejando um movimento de construção de nova identidade local. E isso é feito em um conjunto cidades, cada uma delas criando espaços de intervenção institucional para consolidação do desenvolvimento local.

O Polo agregou cada vez mais agentes em sua construção coletiva de uma identidade local, suas características cada vez mais potencializando seus atributos próprios como ambiente rico para configuração de um cluster. Assim, o empreendedorismo cultural abre espaços para suas diferentes dimensões, para construção de mercado no campo audiovisual, atraindo iniciativas de produtores cinematográficos, realizadores e financiadores de atividades. Mas também, verifica-se o desenvolvimento de oportunidades para empregos e trabalhos, criação de empresas e desenvolvimento de profissionalização de atividades associadas abrigadas sob uma vertente de um cluster, as atividades complementares como do setor de T.I. e da música. Evidencia-se, entretanto, que há caminho a percorrer nas relações das empresas produtoras com o Polo e com o conjunto de atores econômicos da região. Há integração de profissionais e empresas nas produções cinematográficas, mas há desafios de melhoria de qualidade de serviços, qualificação profissional. Também ficou claro que os profissionais da região demandam melhorias no campo da remuneração de serviços prestados, revelando-se necessidades de sua organização como categoria para melhor legitimação dessas relações contratuais.

O Polo Audiovisual da Zona da Mata nasceu fora de grandes centros, de modo não usual. Nasce em uma cidade, mas seu desenvolvimento leva à integração de várias cidades, cidades essas reunidas em uma rede denominada “Fórum Diversidades Criativas”, evidenciando essa marca da associação de economia criativa com cidades criativas. Cidades pequenas e médias se uniram nesse esforço de construção de um Polo, trazendo uma marca, uma particularidade, o desenvolvimento

de economia criativa fora de grandes cidades, atraindo recursos oriundos de políticas governamentais dos municípios, do estado e da União.

Verifica-se, pois, na análise dessa trajetória da constituição e desenvolvimento desse cluster cultural na Zona da Mata de Minas Gerais, como o ponto de partida foi um ambiente rico, dinâmico, condição de munificência econômica e sociocultural: criação de instituições para incentivar atividades culturais, criação de atividades culturais associadas com a produção audiovisual, criação de institutos, agências regionais, associação com prefeituras em uma região, a criação de projetos para beneficiar-se de políticas públicas, criação de oportunidades de empregos e espaço para atuação de empresas. Esse conjunto de aspectos, ensejando esse desenvolvimento, dado que, nesse caso a atividade cultural, num momento diferente, passa por uma reconquista, configurada pela revalorização de uma identidade e construção de nova identidade regional.

Referencias bibliográficas

ALVES, Elder P. Maia.; SOUZA, Carlos Alexandre Carvalho. A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. *Latitude*, v. 6, n.2, p.119-173, 2012

ANCINE. FUNDO SETORIAL DE CULTURA. <https://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-fsa/diretrizes>. Acesso em 20.mar.2018.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 4ª Edição. Lisboa, Edições Setenta, 2009.

CARVALHO, Luísa Margarida Cagica; VIANA, Adriana Backy Noronha; MANTOVANIC, Danielly Melina Nassif. O papel da Fapesp no ecossistema empreendedor do Estado de São Paulo. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*. v. 7, n. 1, p. 84-101, 2016.

CICCOLELLA, Pablo. Economía y espacio: ejes de discusión para un desarrollo territorial más allá de la globalización. *Párrafos geográficos*, v.5, n.1, p.1-26, 2006.

CICCOLELLA, Pablo; MIGNAQUI, Illiana. Capitalismo global y transformaciones metropolitanas: enfoques e instrumentos para repensar o desarrollo urbano. In: POGGIESE, Héctor; EGLER, Tamara Tania cohen (org) *Outro desarrollo urbano – ciudad incluyente, justicia social y gestión democrática*. Buenos Aires; Consejo Latinoamericano de Ciencias sociales – CLACSO, 2009, 224p.

CRUZ, Fernando Manoel Rocha da. Representações sobre o espaço criativo: estudo de caso na cidade de Natal (RN/Brasil). *VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Sección de Antropología Social*. Buenos Aires :Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2013.

DEHEINZELIN, Lala. Economia Criativa e métodos para dar uma mão ao futuro. *Redige*, v.2, n. 2, p.343-360, 2011

DESS, Gregory G.; BEARD, Donald W. Dimensions of organizational task environment. *Administrative Science Quarterly*, v.29,n.1,p.52-73, 1984.

FELDMAN, Maryann P. The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *Industrial and corporate change*, v.10, n.4, p.861-891, 2001

FLORIDA, Richard L. *A ascensão da classe criativa... e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano*. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011

GARCIA, Sandro Rudit; LUCAS, Lis. Desenvolvimento em questão: o curso da inovação no campo da economia criativa. *Latitude*, v.12, n.2, p.421-460, 2017

GARCIA, Caroline Gallo; FLORESSI, Stefano. Economia criativa e políticas públicas: o caso do cluster audiovisual de Pôrto Alegre. *Latitude*, v.12,n.2, p.343-384, 2017

GUERRA, Leonardo Pontes. Impactos regionais dos investimentos recentes da Agência de Desenvolvimento do Polo Audiovisual da Zona da Mata no Município de Cataguases. Relatório Final. Cataguases, Polo Audiovisual da Zona da Mata, 2020, 29p.
GEURSEN, Gus.; RENTSCHILER, Ruth. Unraveling cultural value. *Journal of Arts management, Law, and Society*, v.33, n.3, p.193-210, 2003

GORONDUTSE, Abdullahi Hassan; HILMAN, Haim. Influence of differentiation strategy on performance of hotels: the moderating role of environmental munificence. *Journal of Business and Retail Management Research*, Vol. 11, n. 4, p.150-161, 2017

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Thomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 2ª ed. Petrópolis, RJ. Vozes, p.103-133, 2000.

HEEBELS, Barbara; AALST, Irina Van. Creative Clusters in Berlin: entrepreneurship and the quality of place in Prenzlauer Berg and Kreuzberg. *Geografiska Annaler*. Series B, Human Geography, v. 92,n.4, p. 347–363, 2010

ISENBERG, Daniel. J. How to start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, v. 88, n. 6, p. 40-51, 2010

KLAMER, Argo. Cultural entrepreneurship. *Rev Austrian Econ*, v. 24, p.141–156, 2011

LANDRY, Charles. *Prefácio. Cidades criativas: perspectivas*. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.) São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

LINO, Sônia Cristina. Humberto Mauro e o cinema novo. *Locus: Revista de História*, v.6, n.1, p.117-126, 2000.

LÜBECK, Rafael Mendes; WITTMANN, Milton Luiz; SILVA, Marcia Santos Afinal, quais variáveis caracterizam a existência de Cluster Arranjos Produtivos Locais (Apls) e dos Sistemas Locais de Produção e Inovação (SLPIs)? *Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 120-151, jan./abr. 2012

MINAS GERAIS. *Plano Mineiro de Desenvolvimento Integrado(PMDI)*. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão, 125 p., 2003

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 2ª Edição, São Paulo: Hucitec/ABRASCO, 1993.

MINEIRO, Andrea Costa; CORREIA, B.P.M.; OTTOBONI, C.; PASIN, L.E. Investigação do potencial de um polo de inovação para a criação de uma rede de investidores anjos a partir de seu ecossistema empreendedor. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*. v. 7, n. 1, p. 71-83, 2016.

MORAES, Júlio Luchesi. Cultura e Transformação Urbana na Pauta Criativa. *Informações FIPE*, v.376, p.14-16, 2012.

MOTOYAMA, Yasuyuki.; KNOWLTON, Karren. From resource munificence to ecosystem integration: the case of government sponsorship in St. Louis. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 28, n. 5-6, p.448-470, 2016

ÖZ, Özlem.; ÖZKARACALAR, Kaya. What accounts for resilience and vulnerability of clusters? The case of Istanbul film industry. *European planning studies*. v.19, n.3, p.361-378, 2011.

PAIVA Jr., Fernando Gomes de; CORRÊA, Maria Iraê de Souza.; SOUZA, Angela Cristina Rocha. A identidade cultural e articulação de caráter empreendedor na busca por um desenvolvimento local. XXX ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. *Anais...* Salvador: ANPAD, 23-27 setembro de 2006.

PORTER, Michael Eugene. *Vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1993

PORTO, E.C.; BRITO, L.A.L.; SILVA, A.A.; BRITO, E.Z. Ambientes organizacionais: uma proposta de classificação com uso de munificência, dinamismo e complexidade. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 6(2):101-119, maio/agosto 2009

REDESIST - Rede de Pesquisa Interdisciplinar do Instituto de economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. <http://www.redesist.ie.ufrj.br/>

RELATÓRIO de economia criativa 2010: *economia criativa uma, opção de desenvolvimento*. Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo : Itaú Cultural, 424 p., 2012

SILVA, Paulo Celso; SILVA, Míriam Cristina Carlos; SANTOS, Tarciane Cajueiro dos. A economia do audiovisual no contexto contemporâneo das Cidades Criativas A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. *Revista Geminis*, v.3, n.2, p119-173, 2012

TAVARES, Hermes Magalhães. Estratégias de desenvolvimento regional. Da grande indústria ao Arranjo Produtivo Local? *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. v. 7, n. 1, p. 50-68, 2011

TRIVIÑOS, Augusto .N.S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Editora Atlas, 1987

UCHOA, Gustavo Mota; DIAS, Rinaldo. Cluster cinematográfico de Paulínia: uma análise da inovação e do empreendedorismo da indústria do cinema em Paulínia. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*. v. 7, n. 3,p. 20-37, 2013.

YORK, Jeffrey G.; LENOX, Michael. J. Exploring the sociocultural determinants of *de novo* versus *de alio* entry in emerging industries. *Strategic Management Journal*, v.35, p.1930-1951, 2014.

YORK, Jeffrey G.; VEDULA, Siddarth; CONGER, Michael.; HEKMAN,David.Green to gone? How institutional logics impact the survival of social entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*,v.36, n.15, 2016.