



A Indústria Criativa em Pernambuco: Criatividade e Tecnologia Digital na Produção do Cinema Local¹

Maria do Socorro Macedo de Barros²
Universidade Católica de Pernambuco

Resumo

O objetivo é analisar a emergente indústria criativa em Pernambuco, com foco nas produções do cinema local. O termo é novo, cunhado na década de 90, e por isso a definição ainda está em construção. Essa indústria é baseada na criatividade, competência e talento individual com potencial para criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual. O levantamento de dados foi realizado a partir de entrevistas e bibliografias. A pesquisa traz a relação da criatividade com a tecnologia digital e mostra como elas contribuem para o fortalecimento dessa indústria. O estudo aponta que em Pernambuco existem indústrias criativas e que o cinema local faz parte delas, além de constatar que é preciso promovê-las, através de políticas públicas, no setor do cinema do Estado para tornar o País mais competitivo.

Palavras-chave

Cinema; Digital; Criatividade; Indústria Criativa

1. Introdução

Os séculos anteriores foram marcados, no campo da comunicação, pelas inovações, tais como: a criação dos tipos móveis de Johann Guttemberg (século XV); a máquina a vapor, de James Watt (século XVIII); o telégrafo e o telefone no século XIX e, finalmente, o rádio, o cinema e a televisão no século XX. Os avanços dessas tecnologias, na virada do século XX para o XXI, fizeram surgir novas Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC) que estão contribuindo para a modificação na estrutura da sociedade atual.

Da mesma forma como existiu uma sociedade agrária (centrada nas relações de produção em torno do controle da terra) e outra industrial (estruturada na propriedade privada de bens de produção, no controle dos meios de produção, da máquina), as transformações das relações de produção que emergem a partir do advento das novas tecnologias são amplas e estão gerando uma sociedade do conhecimento. “Para a terra, delimita-se o feudo, ou se coloca a cerca. Para a fábrica, colocam-se muros e a portaria. Para o conhecimento, se faz o que?” (DOWBOR, 2000, p.49).

¹ Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação

² Graduada em jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco e aluna ouvinte do Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: msocorrombarros@hotmail.com



Toffler (1980) prevê e classifica as mudanças sofridas pela sociedade na história da humanidade em três fases, chamadas de Ondas. A Primeira Onda seria o aparecimento da agricultura, importante para o desenvolvimento social humano. Segundo o autor, a Primeira Onda ainda não tinha completado sua expansão quando foi interrompida pela Segunda Onda no fim do século XVII, inicialmente na Europa, com a revolução industrial. Paralelamente a ela, a Terceira Onda já começara a ser difundida pela Terra. Ela é baseada no conhecimento, em novas tecnologias, novas relações, novas formas de comunicação e na produção de um grande fluxo de informação. Apesar da expectativa da disseminação dessa última onda ser mais rápida, alguns países ainda podem estar sofrendo duas ou até as três ondas de mudança, todas com diferentes velocidades e graus de força.

A Terceira Onda também traria consigo uma nova civilização com a consciência alterada, uma nova economia, um modo de vida genuinamente novo, baseado em métodos de produção que tornam obsoletas as linhas de montagem de fábricas e a decadência de indústrias clássicas da Segunda Onda, como a têxtil, do automóvel e da borracha, nos países desenvolvidos.

Dowbor (2000) afirma que a intensidade e o ritmo de transformações geram uma situação qualitativamente nova e que a sociedade estaria enfrentando uma nova realidade e novos processos. Para Castells (1999), no final do século XX começamos a viver um raro momento: um intervalo na história cuja característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação.

Como tecnologia, entendo, em linha direta com Harvey Brooks e Daniel Bell, ‘o uso de conhecimentos científicos para especificar as vias de se fazerem as coisas de uma maneira *reproduzível*’. Entre as tecnologias da informação, incluo, como todos, o conjunto convergente de tecnologias em microeletrônica, computação (software e hardware), telecomunicações/rádiodifusão [...] (CASTELLS, 1999, p. 67).

Segundo Negroponte (1995), vivemos num mundo que se tornou digital. Ele ainda defende que a sociedade atual de átomos está se transformando em uma sociedade de bits³, rompendo com as barreiras da sociedade industrial. Cavalcanti (2006) afirma

³ Byte é um dos tipos de dados integrais em computação. É usado com frequência para especificar o tamanho ou quantidade da memória ou da capacidade de armazenamento de um computador, independentemente do tipo de dados lá armazenados.



que as novas tecnologias digitais na comunicação estão gerando, no meio social, uma cultura evolvente e complexa, que ele denomina de Cultura Criativa Digital com elevada produção digital. De acordo com pesquisas do estudioso Hal Varian, estima-se que desde tempos imemoriais a humanidade tenha produzido cerca de 57 bilhões de gigabytes⁴ de informação. O estudo identificou também que, atualmente, a quantidade de informação nova que vem sendo criada duplica a cada ano e que 93% delas nascem em formato digital. Segundo a pesquisa, foram produzidos 12 bilhões de gigabytes apenas em 2002. Esse número duplicou em 2003, aumentou para 48 em 2004 e subiu para 96 bilhões de gigabytes em 2005. Dessa forma, a pesquisa revela que a sociedade atual produziu mais informação no mundo, somente no ano passado, do que em quase toda a história da humanidade.

Para compreender melhor este estudo, faz-se necessário lembrar – mesmo com tantos trabalhos já realizados – o que é o digital. O sistema digital ou a tecnologia digital converte uma informação analógica⁵, sem perda de qualidade, para um sistema binário que chamamos bit, abreviatura de "*Binary Digit*", concebido por Claude Shannon, em 1948. Baseado em apenas dois algarismos, 0 e 1, corresponde ao estado do circuito elétrico, sendo 0 representado pelo estado desligado e 1 pelo estado ligado. O computador executa suas operações através das combinações de conjuntos de *bits*, chamados de *bytes*. Esses conjuntos são formados por múltiplos de 8 *bits*.

O formato digital tem muitas vantagens, pois as informações codificadas digitalmente podem ser copiadas e transmitidas sem nenhuma perda. O mais importante é poder compactar os dados e corrigi-los. As informações digitais podem ser processadas automaticamente, com um alto grau de precisão, muito rapidamente, e em grande escala.

2. Indústria Criativa

O aparecimento do termo indústria criativa remete aos anos 90, como um grupo separado - ainda que correlacionado - de indústrias em crescimento (algumas não contempladas por novas políticas) citadas no manifesto pré-eleição de 1997 do New Labour (Novo Partido Trabalhista), ligado a Tony Blair, hoje primeiro-ministro da

⁴ Um gigabyte equivale a 1 073 741 824 bytes

⁵ A informação transmitida é correspondente à recebida. No caso da imagem, a quantidade de luz em cada ponto é transformada em sinal magnético e reproduzida no videoteipe. Sinal elétrico ou forma de onda, cuja amplitude e frequência variam continuamente.



Inglaterra. O documento foi fortemente influenciado pela proposta política da Austrália, em 1994.

O conceito foi desenvolvido em território inglês pela *Creative Industries Task Force* (*Department for Cultural, Media and Sport – DCMS*), no Reino Unido, em 1997, pelo governo de Tony Blair que definiu as indústrias criativas como “aquelas baseadas na criatividade, competência e talento individual com potencial para criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual” (DEPARTMENT FOR CULTURAL, MEDIA AND SPORT, 2006). Essa indústria reúne diversas áreas, sejam elas relativamente novas, como webdesign, games, software e antigas, como rádio, televisão, cinema e música, que utilizam a criatividade como peça chave nas produções e a cultura como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento sócio-econômico de um país.

O Reino Unido nomeou um ministro para tratar de assuntos relativos à indústria criativa, James Purnell, com o objetivo de levantar quem faz parte dela e como torná-la economicamente potente. Tudo começou quando um estudo realizado pelo governo britânico apontou essas indústrias como a área econômica com maior potencial de desenvolvimento, num momento em que o país tentava vencer a depressão econômica de suas cidades industriais.

Os diferentes setores governamentais passaram a trabalhar transversalmente para construir políticas públicas para as indústrias criativas, demonstrando que, para a Economia Criativa funcionar como estratégia econômica para um país, é fundamental que ela seja planejada articuladamente por diferentes pastas governamentais como Cultura, Economia, Trabalho e Turismo. Atualmente, as indústrias criativas representam 8,2% do PIB do país e empregam quase 2 milhões de pessoas. A Inglaterra também teve um papel divisor de águas na formulação de estudos e análises sobre esse setor, que vêm servindo de referência para outros países (CULTURA E MERCADO, 2006)

O termo já vem amplamente utilizado por todo o Extremo Oriente, Australásia, Estados Unidos e, cada vez mais, na Europa. Mas é preciso salientar que os setores que fazem parte da indústria criativa dependem da escolha de cada nação. A Inglaterra, por exemplo, considera os seguintes setores pertencentes à indústria criativa: Publicidade; Arquitetura; Mercado de Artes e Antiguidades; Design; Moda; Filmes, Vídeos e outras



produções audiovisuais; Design gráfico; Software educacional e de lazer; música; artes performativas e entretenimento; Rádio, Televisão e Internet; escrita e publicação.

Dados da Organização das Nações Unidas (ONU) comprovam a importância dessa economia. Estima-se a movimentação financeira mundial de produtos culturais em US\$ 1,3 trilhão, o que é equivalente a 7% do PIB mundial. A estimativa é que esse número chegará a 10%.

A Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico de Portugal (2006) considera as mesmas classificações da Inglaterra e ainda setores que envolvem tecnologia de ponta, como o campo da ciência. O país admite também que a indústria criativa funciona como catalisador de outros setores econômicos, podendo considerar que são Transetoriais (possuem ligação entre as indústrias de mídia e informação e setores culturais e das artes), Transprofissionais (porque são moldadas pela união de diversos domínios de empenho/esforço criativo, como artes visuais, música e vídeo, o que permite o desenvolvimento de bens e serviços através do aproveitamento de novas oportunidades para o uso de novos meios e tecnologias) e Transgovernamentais (porque precisam ser incentivadas através de políticas públicas conjuntas e que envolvem vários níveis e uma rede de participantes como cultura, comércio, indústria e educação).

A união entre tecnologia e capital intelectual fornece a principal fonte de riqueza neste setor, o que significa que uma aprendizagem contínua e um elevado grau de experimentação são fundamentais para atingir um crescimento cumulativo e sustentado. Esta mistura pode provocar um crescimento rápido, sendo este atualmente mais elevado nas indústrias de base tecnológica (programa de software e jogos) e mais baixo ao nível da música e filmes (UNIDADE DE COORDENAÇÃO DO PLANO TECNOLÓGICO DE PORTUGAL, 2006)

3. O caso do Brasil

Para o governo brasileiro, as indústrias criativas ou da criatividade produzem e distribuem bens e serviços baseados em textos, símbolos e imagens. Elas formam um agrupamento distinto de atividades baseadas no conhecimento e na propriedade intelectual, combinando talento criativo e técnicas e tecnologias avançadas. As principais atividades dessas indústrias são: música, áudio-visual (incluindo filmes e TV), software, videogames, publicações e radiodifusão.

O Ministério da Cultura (2006) identifica nas indústrias da criatividade um caminho para o desenvolvimento porque elas geram valor agregado em épocas de baixo



crescimento, emprego fora do setor público e abrem novas oportunidades para o comércio. Essas indústrias representam hoje até 3% do PIB de alguns países em desenvolvimento. Um dos problemas centrais é a falta de dados confiáveis que dimensionem o impacto das indústrias criativas no processo de desenvolvimento. No Brasil, segundo o Ministro da Cultura, Gilberto Gil⁶, as indústrias criativas brasileiras movimentam R\$ 156 bilhões, o que representa cerca de 8% da receita líquida do País. Mais de 290 mil pessoas estão empregadas no setor cultural, quarto item de consumo dos brasileiros. Esses trabalhadores recebem cerca de cinco salários mínimos e têm alto nível de escolaridade. Os outros setores da economia pagam, em média, até três salários mínimos.

Precisamos repensar a forma de investir no setor da cultura e mudar a maneira de fazer política. É necessário ampliar as aplicações do tesouro e as políticas de editais públicos, já que a maioria dos bancos públicos e privados não possuem programas de financiamento (GIL, 2007)

Para o secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, Paulo Miguez as indústrias criativas fazem parte da economia criativa, uma ampliação, sugerida pela contemporaneidade, da economia da cultura.

Governo, iniciativa privada e o próprio setor cultural parecem não ter ainda se dado conta da importância da Economia Criativa. A Cultura raramente é vista como área prioritária pelos governos, e como o setor financeiro tradicional se concentra em investimentos para ativos mais tangíveis, o acesso ao financiamento ainda encontra muitos obstáculos. (CULTURA E MERCADO, 2006).

Articulação, ações conjuntas e transversalidade são palavras-chave para alavancar o desenvolvimento das indústrias criativas. Um aspecto importante é a necessidade de um constante diálogo entre o poder público, a iniciativa privada, o Terceiro Setor e as universidades para a união de ações que, por vezes, estão dispersas, e se integradas podem ter um impacto maior na geração de resultados. Uma mudança de postura do setor cultural também se faz necessária.

⁶ Informação verbal fornecida pelo Ministro da Cultura durante o evento Porto Musical, no Teatro Apolo, no Recife, em fevereiro de 2007.



As indústrias da criatividade, em países como o Brasil, sofrem com a falta de recursos, redes de distribuição ineficientes, falta de capacitação e insuficiências de exportação. As conexões entre o produtor independente individual e o mercado são poucas e imperfeitas e o sistema de proteção de direitos autorais é mal organizado e de difícil aplicação (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2006)

O Brasil entende que as políticas para as indústrias da criatividade são nacionais na origem, porém globais em sua perspectiva. Alguns países em desenvolvimento já estabeleceram seus nichos globais em algumas indústrias da criatividade tais como produção de software na Índia, Chile e Brasil; videogames na China; produção de filmes na Índia, China, México, Argentina, África do Sul e Burquina Faso; e música no Senegal, Mali, Jamaica, Cuba e Trinidad e Tobago, entre outros.

Mesmo com esse destaque mundial que o Brasil possui na produção de software⁷, são realizadas ações tímidas no setor das indústrias criativas brasileiras. Em 2004, o País se ofereceu na XI Conferência da UNCTAD, sigla em inglês que significa Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento, para sediar o Centro Internacional de Economia Criativa (CIEC). Em abril de 2005, durante o Fórum Internacional das Indústrias Criativas, o Governo do Estado da Bahia, a Prefeitura de Salvador e a Universidade Federal da Bahia disponibilizaram a infra-estrutura física, localizada no bairro do Pelourinho, necessária para a implantação do CIEC. Em março de 2006, o British Council e o Ministério da Cultura assinaram um acordo de parceria – que terá duração de dois anos – com o objetivo de desenvolver um programa de trabalho previsto para o CIEC. A construção do centro conta com um apoio de US\$ 100 mil do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

O objetivo do Centro Internacional de Economia Criativa é promover as indústrias da criatividade auto-sustentável e estimular a criatividade e o pensamento inovador em suas políticas públicas, o que se assemelha aos Pontos de Cultura, um

⁷ No Estado de Pernambuco está localizado o Porto Digital, principal parque tecnológico do Brasil em número de empresas e faturamento. São 100 instituições instaladas em 100 hectares do Bairro do Recife, na capital pernambucana, dando uma nova vocação econômica para a antiga região portuária, que em vez de açúcar, hoje exporta conhecimento. Em 2005, as empresas faturaram mais de R\$ 400 milhões. De acordo com dados da Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco (Condepe), referentes a 2003, o Porto Digital responde por 3.5% do PIB de Pernambuco. A organização criada em 2000, com investimentos do governo do Estado (R\$ 33 milhões), tem o objetivo de agregar o arranjo produtivo de Tecnologia da Informação e Comunicação, com foco no desenvolvimento de software, e gera três mil empregos diretos. (PORTO DIGITAL, 2006)

projeto do Ministério da Cultura que articula diversas ações dentro e entre os ministérios brasileiros. Ele é a referência de uma rede horizontal de articulação, recepção e disseminação de iniciativas e vontades criadoras. É um ponto de apoio, uma alavanca para um novo processo social e cultural. Os Pontos de Cultura também são mediadores na relação entre Estado e sociedade, e dentro da rede, o Ponto de Cultura agrega agentes culturais que articulam e impulsionam um conjunto de ações em suas comunidades e entre elas.

4. Indústria Criativa em Pernambuco: Criatividade e Tecnologia na Produção do Cinema Local

O estudo sobre o cinema pernambucano foi escolhido por este setor estar passando pelo processo de digitalização da sua produção, fator que necessita de um estudo aprofundado sobre o impacto da tecnologia digital nas indústrias criativas de Pernambuco. Inclusive, pode-se dizer que é o cinema um dos setores que impulsionam a construção dessa indústria em Pernambuco que tem potencial para desenvolver a produção cinematográfica e, assim, fortalecer a indústria criativa, como também destacar a importância do cinema em um Estado que não possui escola de cinema ou laboratório, nem uma política fechada de apoio.

4.1 Redução de custo e a simplicidade no processo

A redução de custo e a simplicidade do processo foram fatores que contribuíram para que as pessoas pudessem ter mais acesso aos recursos tecnológicos utilizados na produção cinematográfica, como as câmeras. De acordo com o cineasta Daniel Bandeira (2005), a produção em digital em Pernambuco começa a crescer a partir de 2001. Antes, os filmes eram feitos de forma mais tradicional no sentido do formato, basicamente em 35 mm ou em vídeo analógico (Betacam⁸ ou VHS⁹).

Antes do digital, a produção pernambucana era um pouco tímida, porque para operar os equipamentos envolvia um *know-how* maior e

⁸ Sistema analógico de gravação profissional em fitas cassete de 1/2 polegada com alta qualidade de imagens em função da boa relação sinal-ruído e da banda de croma. (WIKIPEDIA, 2006).

⁹ É a sigla para Vídeo Home System (Sistema de Vídeo Caseiro). Esse sistema foi inventado pela JVC e seu lançamento foi em 1976. Trata-se de uma fita magnética com capacidade de guardar informações de vídeo e áudio. Com um equipamento, pode-se tanto gravar quanto visualizar o material gravado na fita. No Brasil, o sistema foi introduzido na década de 1980 e faz bastante sucesso até hoje, mas tem perdido muito mercado para o DVD. (WIKIPEDIA, 2006).



os custos eram altos, o que inibia um pouco a produção nessa época. O digital vai promover essa mudança. Além de baixar os custos, é fácil o manuseio das câmeras, em equipamento de edição, e mais fácil de divulgar as produções utilizando a internet. A qualidade é razoável ainda. Dessa forma, grupos amadores que tinham muita vontade de produzir e pouca grana começaram a perceber que essa era uma saída para viabilizar as suas produções. Houve um período em que a gente sabia muito pouco e trocava mais informações para começar a produzir em digital. A mudança foi muito rápida (BANDEIRA, 2006)

A mudança de equipamentos devido ao digital é confirmada por Nunes (1996, p. 55) que afirma que ao adotar o sistema numérico, todos os equipamentos de gravação e pós-produção começam a ser substituídos por equipamentos digitais, nos quais ficam abolidas as diferentes codificações (PAL, PAL G, SECAM¹⁰, NTSC¹¹, PAL M¹², ...) do tradicional sistema analógico. Os equipamentos digitais sendo mais baratos, os custos com processo de produção de um filme, conseqüentemente, diminuem. Utilizar câmeras digitais encurta o tempo de produção do filme porque há possibilidade de filmar sem tantas interrupções como acontece na película. Um rolo de 35 mm dura 11 minutos e ao final tem que ser trocado. Diminuindo o tempo de produção, diminui o tempo total de duração das filmagens e os custos com a equipe. De acordo com Bandeira, se “Amigos de Risco” fosse feito em 35mm, o tempo era três ou quatro vezes maior do que se gastou e seriam necessários mais profissionais na produção. “Só uma câmera de 35 mm precisa de três pessoas como assistente de câmera. É muito complicado” (BANDEIRA, 2006).

Daniel Bandeira estima que um curta completamente realizado em digital seja em torno de seis vezes mais barato se comparado com a produção em película. Depois de investir R\$ 11 mil numa câmera DV, Bandeira consegue fazer um curta com R\$ 500, valor que subiria para R\$ 40 mil se fosse realizado em película, no mínimo. Além dos equipamentos digitais serem mais baratos, outra facilidade é o manuseio e a simplificação dos processos operacionais.

4.2 Possibilidade de experimentação

¹⁰ *Séquential Couleur à Mémoire*. Sistema de transmissão em cores adotado na França e no Leste Europeu.

¹¹ *National Television System Committee* – Sistema americano de transmissão em cores.

¹² *Phase Alternative Line* – Sistema de transmissão em cores adotado no Brasil. Uma adaptação do sistema alemão PAL-G.

A criatividade e as possibilidades de experimentação estão presentes em todas as fases de produção de um filme, principalmente na filmagem e na montagem, processo pouco pragmatizado.

Não se pensa muito no que está entre o artista e a obra, a confecção dela, como a fotografia ou o roteiro de um filme. Roteiro é um pouco mais delicado porque é uma técnica muito sutil e é a primeira instância de uma parte criativa do processo. Tem um aparato técnico que não é um técnico tateável, não é uma ferramenta física, mas mental que você tem que utilizar e que não somos costumados a perceber, pragmatizar e a fazer uso dela. (FALCÃO, 2006).

A edição na ilha não-linear digital apresenta vantagens significativas em relação ao processo de edição máquina-a-máquina, nas ilhas lineares, e na edição em película, principalmente, quanto à criatividade. Neste momento, uma explicação simples para a compreensão da não-linearidade ainda é necessária porque se vive num período de dupla transição – do linear para o não-linear e do analógico para o digital.

Um exemplo clássico para entender a diferença entre a linearidade e a não-linearidade é a transição da máquina de escrever para programas de edição de texto em computador, como o Word. Com a máquina de escrever, uma palavra vem na seqüência da outra, de maneira linear. Não é possível fazer substituição, a menos que se use um corretivo – e, mesmo assim, a nova palavra precisará ter o mesmo número de letras do anterior. Com o Word, existem as opções de fontes, margens, cores e outros para uso na redação de texto, e ainda a possibilidade de reescrever palavras, de inseri-las e trocá-las.

Uma das principais vantagens em relação à ilha linear é a utilização de ferramentas disponíveis pelos softwares que vão dar agilidade e permitir que o editor faça uma série de experimentos impossíveis nas ilhas com videoteipes. A facilidade de manuseio, a maior rapidez na edição - já que não é necessário esperar cada gravação da fita, como acontece nos sistemas analógicos - e a inexistência de perda visível de qualidade quando se tiram cópias de cópias (o que é copiado é um conjunto de valores numéricos binários, não algo similar ao som e à imagem) são fatores importantes também.

Os programas de edição não-linear permitiram que os filmes fossem armazenados digitalmente, preservados ao longo do tempo, um rápido acesso à deixa, sem corte físico, não-linearidade, simulação em tela e a incorporação de variedades de efeitos sem necessidade de equipamentos suplementares, como acontece na ilha linear.

Existem hoje vários programas para edição de imagens em computador, diversos softwares são utilizados nesta etapa do processo cinematográfico. Os mais utilizados nas produções dos pernambucanos são o Final Cut, da Apple, e Adobe Premier para montar; e o Adobe After Effect; Adobe Photoshop e Adobe Illustrator para animações e efeitos especiais como, por exemplo, para aberturas, títulos e créditos. Eles permitem a captura de imagens a partir de um videocassete ou de uma câmera digital e são transformados em arquivos digitais de imagens no computador. Ainda possuem o recurso *timeline*, que mostra partes do filme, uma ao lado da outra, podendo ordená-las na forma desejada. Recuperam-se recursos da edição em película, com a visualização do “filme”.

Quanto à possibilidade de criar efeitos e transições fica bem mais fácil, podendo experimentar quantas vezes quiser. Na ilha linear, só são possíveis efeitos numa mesa de pós-produção. Um videoteipe reproduz a cena um, outro reproduz a cena dois e o terceiro grava o resultado. Já no *timeline* da edição não linear basta aplicar o efeito (que fica numa pasta com as várias opções oferecidas pelos programas) entre as cenas.

Estas são apenas algumas características dos *softwares* de edição não-linear, as mais representativas para comparação com outras formas de edição de imagens. Cada programa apresenta novidades em versões que evoluem rapidamente. Para Raul Luna, da Trincheira Filmes, a variedade de software é interessante na escolha de um desses programas para o filme em produção. “Reflico primeiro o que quero, escrevo 50% do roteiro e a outra metade das idéias vem nas filmagens e na edição, que oferecem possibilidades de várias experimentações” (LUNA, 2006).

[...] na história do audiovisual, as mudanças sempre vêm acompanhadas de novas tecnologias [...] As ilhas não lineares conseguem fazer coisas que os pioneiros do cinema desejavam fazer, mas esbarravam nos limites da tecnologia [...] (FIGUEIRÓIA, 2006)

O digital amplia, através da tecnologia da informática, as possibilidades do homem experimentar, criar e de se expressar, devido aos baixos custos com o equipamento e às inovações tecnológicas que estão surgindo. Nunes (1996) acredita que a nova ordem digital traz transformações “paradigmáticas qualitativas que ampliam mais as capacidades expressivas do homem”.

Para Cavalcanti (2006), o Estado está numa fase de legitimação das indústrias criativas. Segundo Leo Falcão, o único cineasta entrevistado a identificar o que são indústrias criativas

O responsável por inserir Pernambuco num contexto de indústria criativa é, em primeiro lugar, esse passo técnico com o advento do digital e também a diversidade de conteúdo que a cultura pernambucana tem. Mas eu não diria que essa é a causa principal, e sim a junção de outros campos de trabalho, principalmente, do setor tecnológico com o cultural. Esse processo é inevitável (FALCÃO, 2006).

5. Indústria Criativa x Indústrias Culturais

A indústria criativa é uma categoria completamente recente na Academia, por isso a dificuldade em estudá-la. O termo pode ser confundido por possuir características semelhantes com a teoria de indústrias culturais: “o estudo de relações sociais, particularmente as relações do poder, que constituem mutuamente a produção, a distribuição e o consumo dos recursos” (Miegè, 1996, p.25). As duas também são fundamentadas no princípio da produção de conteúdos criativos que são intangíveis e de natureza cultural. Para a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), estes conteúdos estão normalmente protegidos por copyright¹³ e podem tomar a forma de um bem ou serviço. As indústrias culturais incluem geralmente os setores de publicação, multimídia, audiovisual, fonográfico, produções cinematográficas, artesanato e desenho e não devem ser confundidas com indústrias criativas.

A Unesco (2006) define as indústrias criativas como “um conjunto mais amplo de atividades que incluem as indústrias culturais e toda a produção artística ou cultural, que são espetáculos ou bens produzidos individualmente.” Essas indústrias produzem produtos ou serviços que contêm um elemento artístico ou criativo na sua essência e inclui setores como arquitetura e publicidade, áreas não contempladas pelas indústrias culturais¹⁴. O estudioso John Hartley (2005) descreve as indústrias criativas como uma convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto das novas tecnologias das mídias,

¹³ Em português significa direito autoral ou direito do autor. É nome dado ao direito que o autor, o criador, o tradutor, o pesquisador ou o artista tem de controlar o uso que se faz de sua obra. O direito autoral é regulamentado pela Lei 9.610 de 1998

¹⁴ Informação verbal fornecida pelo professor Edgard Rebouças durante a aula “Da indústria cultural às indústrias culturais”, na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no Recife, em outubro de 2006.

dentro de uma nova *economia do conhecimento*. O autor defende que as indústrias criativas surgem em níveis educativos elevados, com as universidades, e envolvem entidades de escala muito diferentes: das gigantescas multinacionais a micro-empresas. Para ele, o termo é político, diferente das indústrias culturais, que o autor define como um termo crítico, inspirado na lógica marxista de modernizar os meios de comunicação de massa. A discussão no Reino Unido aponta para a revitalização de cidades e regiões.

O estudioso Miège (2000) levanta a hipótese de que a renovação e a extensão das modalidades de industrialização da informação e da cultura acompanham mudanças estruturais significativas das indústrias da informação e da cultura. Para ele, “a emergência das indústrias do conteúdo deve ser encarada como uma das tendências marcantes das sociedades contemporâneas”. O autor afirma ainda que o futuro das indústrias do conteúdo é dependente das técnicas da informação e da comunicação, de quem elas constituirão um componente essencial e onde representam a principal fonte de valor. Stuart Cunningham (2006) tenta em seu artigo *From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implication* (Da Indústria Cultural a Criativa: Teoria, Indústria e Política) distinguir as duas indústrias.

[...] A diferenciação entre indústria cultural e indústria criativa passa por algumas perguntas não respondidas. Não são questionamentos teóricos, mas que vão de introduções, como medir o tamanho, a natureza e os prospectos das indústrias. Reivindicamos uma análise de como desenvolver políticas e programas mais apropriados para o desenvolvimento, facilidade ou como intervir nelas (CUNNINGHAM, 2006, tradução nossa)

Resultados

O conceito de indústria criativa é um fenômeno na Europa que vem sendo aprofundado por alguns teóricos, principalmente, John Howkins, John Hartley e Stuart Cunningham. No Brasil, o debate está sendo iniciado, principalmente, pelo uso do termo nas ações do Ministério da Cultura. Durante a pesquisa, não foram identificados teóricos brasileiros que estejam pesquisando esse conceito.

Esse debate entre os que discutem comunicação no Brasil pôde ser observado também, nesta pesquisa, quando a maioria dos profissionais entrevistados não se identificou pertencendo à indústria em discussão, apesar de apresentarem características típicas dela, como por exemplo: criações baseadas na criatividade e no talento individual; potencial para intervir num aumento do mercado de trabalho e riqueza, através da exploração da propriedade intelectual; produção ligada às novas tecnologias,



como o digital, que simplificou e viabilizou o aumento na produção (diminuindo os custos de equipamentos) e no processo criativo (com as ilhas não lineares que abriram ainda mais a possibilidade de experimentação), fortalecendo as indústrias criativas.

Um dos resultados da pesquisa aponta que há um campo propício para a promoção, através de políticas públicas, das indústrias criativas em Pernambuco, especificamente no setor do cinema local. O potencial cinematográfico que existe no Estado pode ser usado para tornar o País mais competitivo nessa indústria. Ressalta-se que este setor deve ser impulsionado a partir de diferentes ministérios, já que é uma indústria que envolve políticas de cultura, comunicação e econômicas.

Um dos caminhos apontados e que necessita de orçamentos maiores são as leis de incentivo promovidas pelo Ministério da Cultura e secretarias, concursos e projetos de instituições. Optar pelo caminho do desenvolvimento das indústrias criativas implica também em conhecer as especificidades que essa indústria traz como: processo de licença, direitos autorais, inclusão digital, propriedade intelectual, entre outros. Observa-se que as leis e as regulamentações não acompanharam os avanços tecnológicos da sociedade atual.

Por fim, essa pesquisa não pretendeu esgotar todas as questões levantadas durante o processo de investigação, mas iniciar um estudo nessa área e apontar perspectivas de aprofundamentos urgentes e necessários. Dessa forma, destacam-se dois pontos. O primeiro é voltado para os teóricos brasileiros, pois há uma necessidade de se conceituar essa indústria criativa brasileira. O segundo estudo, que merece uma investigação mais aprofundada, focada no local, é importante observar até que ponto a identidade cultural do Estado está sendo afetada por essa forma de produção.

Referências bibliográficas

BANDEIRA, Daniel. depoimento (set. 2006) Entrevistador: Maria do Socorro Macedo de Barros. Recife, 2006. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida para a monografia A indústria criativa em Pernambuco: criatividade e tecnologia digital na produção do cinema local

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – A era da Informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, José Carlos. depoimento (jun. 2006) Entrevistador: Maria do Socorro Macedo de Barros. Recife, 2006. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida para a monografia A indústria criativa em Pernambuco: criatividade e tecnologia digital na produção do cinema local

CULTURA E MERCADO. *A cultura como estratégia para o desenvolvimento econômico do Brasil*. 30 mar. 2006. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=4&pid=438>>. Acesso em: 19 set. 2006.



CUNNINGHAM, Stuart. *From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications*. Australia, 2006.

DEPARTMENT FOR CULTURAL, MEDIA AND SPORT. *Creative Industries*. Disponível em: <<http://www.culture.gov.uk/>> Acesso em: 10 jun. 2006

DOWBOR, Ladislau. et al. (Orgs.) *Desafios da comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

FALCÃO, Leo. depoimento (set. 2006) Entrevistador: Maria do Socorro Macedo de Barros. Recife, 2006. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida para a monografia A indústria criativa em Pernambuco: criatividade e tecnologia digital na produção do cinema local

FIGUEIROA. depoimento (nov. 2006) Entrevistador: Maria do Socorro Macedo de Barros. Recife, 2006. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida para a monografia A indústria criativa em Pernambuco: criatividade e tecnologia digital na produção do cinema local

HARTLEY, JOHN. *Creative Industries*, Blackwell Publishing Ltd, 2005

LUNA, Raul. depoimento (set. 2006) Entrevistador: Maria do Socorro Macedo de Barros. Recife, 2006. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida para a monografia A indústria criativa em Pernambuco: criatividade e tecnologia digital na produção do cinema local

MIÈGE, Bernard, *La Pensée communicationnelle*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1996.

_____. *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble: Presses Universitaires, 2000.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Fóruns de Cultura*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/economia_da_cultura/industrias_criativas/index.php?p=9197&more=1&c=1&pb=1> Acesso em: 18 set. 2006

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NUNES, Pedro. *As relações estéticas no cinema eletrônico: um olhar intersemiótico sobre a Última Tempestade e Anjos da Noite*. João Pessoa, Natal, Maceió: UFPB/Editora Universitária; UFRN/Editora Universitária; UFAL Editora Universitária, 1996.

PORTO DIGITAL. *Inovação, empreendedorismo e capital humano*. Recife. Disponível em: <<http://www.portodigital.com.br>>. Acesso em: 16 out. 2006.

TOFFLER, Alvim. *A terceira onda: A morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. Rio de Janeiro: Record, 1980. 20ª edição, 1995

UNESCO. *Comprender las industrias creativas – Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. 2006

UNIDADE DE COORDENAÇÃO DO PLANO TECNOLÓGICO DE PORTUGAL. *Indústria Criativa*. Disponível em: < http://www.portugal.gov.pt/NR/rdonlyres/365C16B7-F9D3-4859-A6FE-E00FBA4A45A3/0/UCPT_8.pdf#search=%22Austr%C3%A1lia%20ind%C3%BAstria%20criativa%22> Acesso em: 18 set. 2006