

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS: O CASO DO AUDIOVISUAL NO PORTO DIGITAL/PORTO MÍDIA

Juliano DOMINGUES¹

Cláudio BEZERRA²

Tatiane GONÇALVES³

Maria Lua Ribeiro ARAÚJO⁴

Maria Eduarda A. ANDRADE⁵

Universidade Católica de Pernambuco (PPGCriativas/(Unicap), Recife, Pernambuco

Resumo: O presente artigo aborda o papel do Estado no fomento a políticas públicas de comunicação e cultura associadas a desenvolvimento territorial, sob a perspectiva das indústrias criativas. O trabalho foi guiado pelo seguinte problema de pesquisa: como surgem e se desenvolvem as indústrias criativas em Pernambuco, especialmente no campo do audiovisual? Resultado de políticas públicas, o Parque Tecnológico Porto Digital/Porto Mídia, instalado na cidade do Recife, Pernambuco, foi adotado como estudo de caso. A análise, baseada no método sequencial (*method of sequence elaboration*) e em pesquisa exploratória, confirmou a hipótese segundo a qual há uma associação entre iniciativas vinculadas ao Porto Digital/Porto Mídia e o fomento às indústrias criativas em Pernambuco, em especial ao setor audiovisual.

Palavras-chave: Indústrias criativas. Políticas públicas. Audiovisual. Porto Digital. Porto Mídia.

PUBLIC POLICIES FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES: THE AUDIOVISUAL CASE IN PORTO DIGITAL/PORTO MÍDIA

Abstract: This article focuses on the role of the state in the development of communication and culture policies, on the creative industries perspective. The investigation was guided by the following research question: how do creative industries arise and develop in Pernambuco, especially in the field of audiovisual? The technology park Porto Digital/Porto Mídia, Recife, Pernambuco, was adopted as a case study – the park is a result of public policies. The analysis, based on the method of sequence elaboration and exploratory research, confirmed the hypothesis according to which there is an association between initiatives linked to Porto Digital/Porto Mídia and the promotion of the creative industries in Pernambuco, especially the audiovisual sector.

Keywords: Creative industries. Public policies. Audiovisual. Porto Digital. Porto Mídia.

¹ Professor doutor do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (PPGCriativas/(Unicap). juliano.domingues@unicap.br

² Professor doutor do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (PPGCriativas/(Unicap). claudio.bezerra@unicap.br

³ Mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (PPGCriativas/(Unicap). enaitat23@hotmail.com

⁴ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (PPGCriativas/(Unicap). marialuaribeiro@gmail.com

⁵ Graduanda em Jornalismo e bolsista de Iniciação Científica (Pibic) pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). eduardaa69@gmail.com

INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o papel do Estado no fomento ao desenvolvimento territorial por meio de políticas públicas de comunicação e cultura, a partir do conceito de indústrias criativas. Toma-se como estudo de caso o Porto Mídia¹, iniciativa complementar ao Parque Tecnológico Porto Digital, instalado na cidade do Recife, no Estado de Pernambuco, voltada ao campo da economia criativa.

Para tanto, este estudo foi guiado pelo seguinte problema de pesquisa: como surgem e se desenvolvem as indústrias criativas em Pernambuco, especialmente no campo do audiovisual? Buscou-se verificar a validade da hipótese segundo a qual haveria uma associação entre iniciativas vinculadas ao Porto Mídia e o fomento ao setor audiovisual em Pernambuco. A pesquisa evidenciou elementos suficientes para a aceitação da hipótese de trabalho, conforme demonstrado ao longo deste artigo.

Enquanto política pública, o Porto Digital surge como resultado de iniciativas historicamente identificadas entre os anos 1990 e 2000. A lista abaixo (TABELA 1) apresenta os principais dispositivos legais que institucionalizaram, por meio de políticas públicas, um processo de transformação do Recife em uma *smart city* através do fenômeno Porto Digital, nos termos apontados por Martel (2015).

TABELA 1: dispositivos legais relacionados a políticas públicas voltadas às indústrias criativas.

Lei	Objetivo
Lei nº 15.563/91	Institui o Código Tributário do Recife e dá outras providências
Lei nº 17.237/2006	Institui o programa de incremento da receita tributária mediante a concessão de benefícios fiscais
Lei nº 17.244/2006	Institui o programa de incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais condicionados
Lei nº 17.762/2011	Introduz alterações nas leis municipais nº 17.244/2006 e nº 17.237/2006
Lei nº 17.942/2013	Altera a lei municipal nº 17.244, de 27 de julho de 2006, que instituiu o programa de incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais condicionados
Lei nº 18.168/2015	Altera dispositivos da lei nº 17.244, de 27 de julho de 2006, modificada pela lei nº 17.762, de 28 de dezembro de 2011
Lei nº 18.337/2017	Altera dispositivos da lei nº 17.244, de 27 de julho de 2006

Fonte: elaborado pelos autores.

A investigação identificou fatores causais antecedentes, mecanismos parciais de causalidade e causas necessárias associadas à gênese e evolução de uma estratégia de indução das indústrias criativas articulada entre governos, academia e mercado. O mapeamento das empresas indicou, por sua vez, uma forte associação entre tais iniciativas e o fomento de empreendimentos do setor das indústrias criativas, com destaque para as áreas de Tecnologia da Informação (TI), Educação, Games e Audiovisual – os dados analisados ao longo deste trabalho ressaltam a prevalência desta última comparativamente às demais.

O setor do audiovisual engloba a produção, distribuição e exibição de conteúdos nos segmentos do cinema, da TV paga, da TV aberta, do vídeo doméstico, por demanda e em mídias móveis. Dados da Ancine (2018a) indicam que, em 2016, ele gerou 91.834 empregos diretos, com um salário médio mensal de R\$ 4.224,10 – valor 60% acima da média da economia brasileira, de R\$ 2.635,00. Desde 2014, o Nordeste é a segunda região que mais emprega no setor audiovisual, só perde para o Sudeste, onde os estados de São Paulo e do Rio de Janeiro juntos somam 55% do total de empregos. Em 2015, o setor gerou 188.045 empregos diretos e indiretos. Entre os estados nordestinos, o setor criativo de Pernambuco aparece com o maior índice de participação no PIB estadual (1,6%) e oferece a melhor média mensal de salário, R\$ 3.014,00 – as profissões de diretor de programas de televisão, autor/roteirista e cenógrafo de TV são as de melhor remuneração (ANCINE, 2018a).

A Firjan (2014) destaca dois fatores para o crescimento do audiovisual brasileiro, apesar do quadro de crise econômica no País e no mundo: (1) a disseminação de novas tecnologias de distribuição e consumo de conteúdos em vídeo *on demand* e *on streaming*; (2) o surgimento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a promulgação, em 2011, da Lei 12.485, que regula o mercado de TV por assinatura no país. Ela obriga a exibição semanal de pelo menos 3h30 de obras audiovisuais brasileiras independentes como filmes, séries, documentários e animação.

A pesquisa, cujos resultados principais são aqui apresentados, permite associar o fomento da produção audiovisual no estado, no âmbito das indústrias criativas, a políticas públicas estratégicas para o segmento. Nesse contexto, destacam-se, em particular, a criação do edital do Programa de Desenvolvimento do Audiovisual de Pernambuco, o Funcultura Audiovisual, em 2007, e, particularmente, o Porto Mídia, em 2013, braço do parque tecnológico Porto Digital na área da economia criativa.

Este artigo se divide em três etapas. Na primeira, voltada aos aspectos teóricos e metodológicos, são apresentados os conceitos básicos relativos à associação entre políticas

públicas e indústrias criativas, bem como o método sequencial (*method of sequence elaboration*), adotado como ferramenta de investigação dos condicionantes para a emergência e evolução institucional do caso analisado. Na segunda etapa, referente aos aspectos empíricos, apresenta-se a sistematização do perfil das empresas instaladas no Porto Digital/Porto Mídia quanto ao segmento de cada uma. Por último, tem-se um mapeamento das ações decorrentes do Porto Mídia, bem como uma análise dos seus impactos no fomento da cadeia produtiva audiovisual pernambucana, em particular o cinema, nos últimos cinco anos.

Os resultados indicam uma associação entre gênese e desenvolvimento do Porto Digital/Porto Mídia, enquanto políticas públicas, e o fomento de setores que representam pilares das Indústrias Criativas, especialmente no campo do audiovisual.

TEORIA E MÉTODOS

Estudar políticas públicas é investigar o “estado em ação” (JOBERT; MULLER, 1987 *apud* MARQUES, 2013). Ao desenvolver essa ideia, Peters (1986 *apud* SOUZA, 2006) sugere que política pública é a soma das atividades dos governos capazes de influenciar a vida dos cidadãos, por meio de ação direta ou de delegação.

As indústrias criativas estão inseridas nesse contexto. Tal fenômeno se encontra atrelado a iniciativas governamentais e abarca em seu escopo o debate sobre políticas de comunicação e cultura (JAMBEIRO; FERREIRA, 2015). Com o objetivo de tornar sua localidade mais atrativa ao capital mutante em termos espaciais, é esperado que governos estabeleçam incentivos ao aporte de investimentos específicos (HARVEY, 2003). O Porto Digital/Porto Mídia, apontado por Martel (2015, p. 121) como a principal *smart city* do Brasil, seria um caso exemplar desse fenômeno, o que justifica sua adoção como objeto da investigação da qual este artigo é fruto.

Assume-se, para fins da análise aqui empreendida, o entendimento da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) a respeito de indústrias criativas: trata-se da interface entre criatividade, cultura, economia e tecnologia em um mundo contemporâneo dominado por imagens, sons, textos e símbolos (BREWKA, 2008). No Brasil, o setor cresceu 90% entre 2004 e 2013 (FIRJAN, 2014). Entre 2013 e 2015, apesar da conjuntura econômica adversa, o PIB Criativo chegou a R\$ 155,6 bilhões, montante equivalente ao valor de mercado das marcas Facebook, Zara e L’Oreal juntos (FIRJAN, 2016). Seus profissionais recebem, em média, R\$ 6.270, quase três vezes mais do que a média da remuneração nacional.

Em Pernambuco, ainda segundo dados da Firjan (2016), o setor responde por 1,6% do PIB, maior percentual da região Nordeste, e paga um salário médio de R\$ 5.258. Infere-se que o acúmulo gradual de importância desses segmentos da indústria criativa em Pernambuco está associado ao Parque Tecnológico Urbano Porto Digital. Fundado no ano 2000 sob o tripé Academia, Mercado e Governo, sua área abrange um total de 150 hectares dos bairros do Recife Antigo e Santo Amaro. Sua gênese e desenvolvimento é analisada aqui sob uma perspectiva histórica.

Interpretações dessa natureza pressupõem inferências a respeito de causas relacionadas a casos específicos. Mahoney, Kimbal e Koivu sugerem o acrônimo *SUIN cause*, originado da frase/conceito “a *sufficient but unnecessary part of a factor that is insufficient but necessary for the outcome*” (MAHONEY; KIMBALL; KOIVU, 2009, p. 126, grifo dos autores). Ou seja, a causa em si não seria necessária para a ocorrência de determinado fenômeno, porém sua presença reforçaria fatores necessários para que o resultado venha à tona. Essa é a base do modelo de explicação histórica denominado método sequencial (do inglês *method of sequence elaboration*).

Análises do tipo sequencial procuram contextualizar fatores causais antecedentes àquele apontado como preponderante para a ocorrência de determinado fenômeno. Recorreu-se, no presente estudo, à contextualização do tipo background. Ela se mostra adequada quando um fator antecedente ou um fator interveniente é necessário para o resultado final, ao mesmo tempo em que o fator original é classificado como suficiente para tanto. Em linhas gerais, o método sequencial se trata de ferramenta de análise aplicável a investigações de viés histórico do tipo *small N* ou estudo de caso, conforme delimitado pelo desenho da presente pesquisa. Dispositivos legais referenciados, bem como relatórios técnicos, formaram o corpus analisado pelo presente estudo.

Quanto ao mapeamento do perfil das empresas instaladas no Porto Digital/Porto Mídia, recorreu-se à pesquisa exploratória (VERGARA, 1997). A principal fonte de dados foi o próprio site do Porto Digital, no qual constam informações relativas a 32 empresas da área da economia criativa. Outra fonte de dados foi a base de Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ) das empresas, disponível na página na Receita Federal. Já o mapeamento voltado ao campo do audiovisual em particular, a pesquisa recorreu, fundamentalmente, a fontes primárias, por meio de consulta a gestores do próprio Porto Digital/Porto Mídia. Dados também foram obtidos em relatórios e documentos oficiais de prestação de contas do Núcleo Gestor do Porto Digital.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Fatores causais antecedentes à gênese do Porto Digital e, por conseguinte, do Porto Mídia se encontram nos anos de 1980. Eles se configuram como mecanismo parcial de causalidade do tipo *background*, pois não se mostram, por si só, suficientes, embora necessários, para a emergência do Porto Digital/Porto Mídia.

Naquela década, o então prefeito do Recife, Jarbas Vasconcelos (PMDB, 1986-1989) possuía como integrante da sua equipe o diretor de planejamento urbano Cláudio Marinho. Ele coordenou uma política de revitalização do Bairro do Recife Antigo, onde seria instalado o Porto Digital/Porto Mídia, com ênfase à Rua do Bom Jesus, por parte do governo municipal. Em 1993, Marinho se envolveu com a Softex Recife, uma associação de empresas de Tecnologia da Informação (TIC) que se autodenomina Centro de Excelência em Tecnologia de Software do Recife, da qual viria a se tornar coordenador cinco anos depois. Em sua sede, no Bairro do Recife, passou a funcionar o *Information Technology Business Center* (ITBC), que desde 2011 abriga 50 empresas (MOTA, 2015).

Cláudio Marinho se tornou secretário de Ciência e Tecnologia durante a gestão do então governador de Pernambuco Jarbas Vasconcelos (PMDB, 1999-2006). À época, empresários, integrantes da academia e do setor público se reuniram em torno do objetivo de planejar uma política pública para fomentar um ambiente de negócios capaz de estimular o desenvolvimento econômico do Estado por meio da inovação tecnológica. Dois atores foram fundamentais nesse processo: o então secretário Cláudio Marinho e o professor do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (Cin/UFPE), Silvio Meira.

Entende-se que a presença de Cláudio Marinho na função de secretário de Ciência e Tecnologia no governo Jarbas Vasconcelos, após o histórico de ambos em relação ao Bairro do Recife, configuram um *SUIN Cause* (1). Isto é, infere-se, aqui, que trata-se esse fato de causa que, em si, não seria necessária para a ocorrência de determinado fenômeno, mas sua presença acabou por reforçar fatores necessários para a emergência de determinados resultados, cuja consequência foi o Porto Digital/Porto Mídia. Vale destacar que Marinho, quando no comando da Softex, estabeleceu relação com o empresariado e dele se tornou parte. É possível inferir que esse legado, aliado ao encontro com o professor e pesquisador Silvio Meira, refletiu-se na adoção da estratégia Triple Helix (ETZKOWITZ, 2009).

O modelo Triple Helix diz respeito, basicamente, à universidade como indutora das relações com as empresas e com o governo. Esse quadro se refletiu nos investimentos destinados ao fomento do Parque. O Governo do Estado investiu R\$ 33 milhões na

infraestrutura, outros R\$ 10 milhões vieram de empresas privadas e R\$ 1 milhão de empresas especificamente da área de telecomunicaçõesⁱⁱ. O modelo da Triple Helix se consolidou com a criação de uma Organização Social (OS), sem fins lucrativos e de gerenciamento privado. Trata-se do Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), cuja função é administrar e atrair investimento.

Um outro episódio fundamental para o desenvolvimento do Parque ocorreu no dia 27 de julho de 2006, quando foi homologada, pelo então prefeito do Recife, João Paulo (PT, 2001-2009), a lei nº 17.244. Tal dispositivo “institui o programa de incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais condicionados” (RECIFE, 2006), os quais se efetivam por meio da redução de alíquota do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN). Em sua redação, a lei nº 17.244 faz referência aos antecedentes legais relativos a concessão de benefícios fiscais, a saber: a lei nº 15.563/91 e a lei nº 17.237/2006, as quais se configuram como mecanismos parciais de causalidade. A subvenção indica, portanto, o Estado em ação novamente, por meio da instituição de uma política pública do tipo regulatória (cf. MATTOS *et al.*, 2004). Entende-se que tal fato se configura como um segundo episódio do tipo *SUIN Cause* (2) na sequência analisada.

No ano de 2011, a expressão “economia criativa” foi listada como uma das metas propostas no relatório gerencial anual, cujo objetivo principal era implantar o CETEC, Centro de Excelência em Tecnologia para Economia Criativa e Inovação do Porto Digital (RELATÓRIO GERENCIAL, 2011, p. 31). Esse, porém, não é um fato isolado. Ainda em 2011, no dia 28 de dezembro, foi sancionada a lei municipal nº 17.762/2011, a qual altera parcialmente a redação da lei municipal nº 17.244/2006.

A alteração ampliou o benefício fiscal para as empresas vinculadas à economia criativa, com o claro objetivo de incentivar o desenvolvimento do setor, tanto em termos de diversidade de atividades, quanto territorialmente (RECIFE, 2011). A expressão é inserida nos documentos de gerenciamento do Parque em relatório de 29 de março de 2012 (47 ocorrências). No dia 12 de agosto de 2013, o Porto Mídia abriu suas portas em um casarão revitalizado de 500 m², no Bairro do Recife, fruto de um investimento de R\$ 24 milhões do Governo Federal e do Governo de Pernambuco (CAVALCANTI, 2013). Esse episódio se configura como mais um condicionante do tipo *SUIN Cause* (3).

A Tabela 1 apresenta o perfil dos empreendimentos embarcados no Porto Digital/Porto Mídia em relação ao tipo empresarial de cada uma. A maioria se classifica como sociedade empresária limitada – 16 de 32 empresas. Em três delas não foi possível identificar o CNPJ. As demais apresentaram perfil heterogêneo.

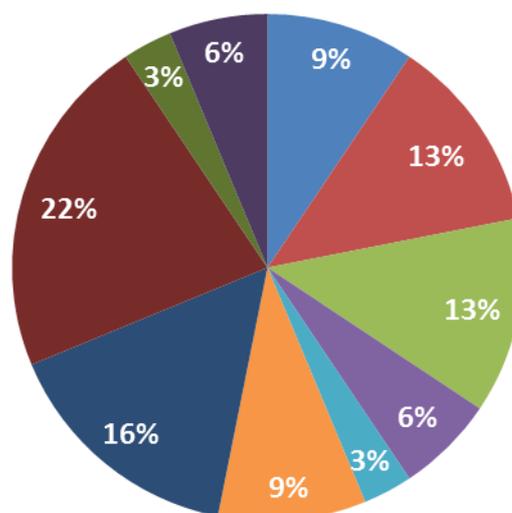
TABELA 1: empresas classificadas quanto ao seu CNPJ.

Tipo de Empresarial	Definições	Quantidade de empresas	%
Associação Privada	É uma organização resultante da reunião legal entre duas ou mais pessoas, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos para a realização de um objetivo comum.	2	6,3%
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada	É aquela constituída por uma única pessoa titular da totalidade do capital social, devidamente integralizado, que não poderá ser inferior a 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo vigente no País.	1	3,1%
Empresário Individual	É o empresário que exerce em nome próprio uma atividade empresarial, sendo o titular do negócio.	3	9,4%
EPP – Empresa de Pequeno Porte	É a pessoa jurídica que obtém o faturamento bruto anual superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais)	2	6,3%
ME – Microempresa	É a pessoa jurídica que obtenha um faturamento bruto anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).	2	6,3%
Não encontrado	-	3	9,4%
Sociedade Anônima Fechada	Sociedade anônima é um modelo de companhia com fins lucrativos, caracterizada por ter o seu capital financeiro dividido por ações.	3	9,4%
Sociedade Empresária Limitada	Aquela formada por duas ou mais pessoas que se responsabilizam solidariamente de forma limitada ao valor de suas quotas pela integralização do capital social.	16	50,0%
Total de empresas	-	32	100,0%

Fonte: elaborado pelos autores.

O Gráfico 1 ilustra os percentuais em relação às principais áreas de atuação dessas empresas. Um total de sete empresas (22%) estão associadas à área de Tecnologia da Informação (TI) e cinco (16%) ao setor de Educação. Audiovisual e Games também compõem o cenário, ambas com 4 empresas (13% cada uma).

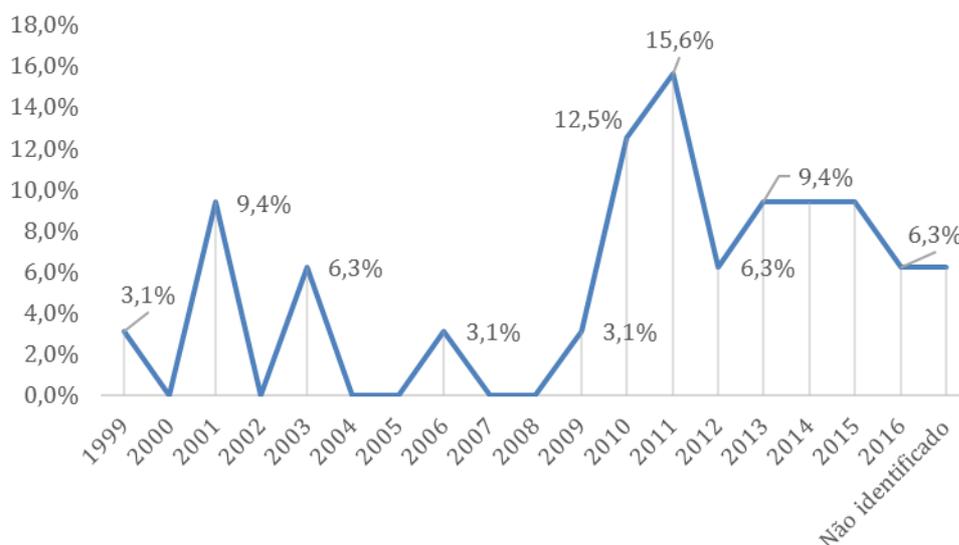
GRÁFICO 1: empresas classificadas de acordo com a área de atuação.



Fonte: elaborado pelos autores.

Quanto ao período de criação das empresas, observou-se uma concentração importante no biênio 2010-2011, momento em que emergiram nove empresas voltadas ao setor da economia criativa. Essa distribuição está ilustrada no Gráfico 2.

GRÁFICO 2: criação de empresas embarcadas no Porto Digital/Porto Mídia.



Fonte: elaborado pelos autores.

Apesar das oscilações verificadas em termos de ritmo, é possível notar uma tendência de crescimento em termos quantitativos em relação à criação de empresas voltadas ao setor da economia criativa.

O SETOR DO AUDIOVISUAL E O PORTO MÍDIA

As ações desenvolvidas pelo Porto Mídia têm como objetivo contribuir para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços apresentados por empresas, instituições e empreendedores atuantes nesse mercado. Os profissionais e estudantes dessas áreas de atuação podem utilizar a estrutura do espaço, participar de cursos, eventos e oficinas de qualificação. A sua operação plena está prevista para acontecer em duas fases. A primeira, em andamento, está focada na pós-produção e baseada em quatro pilares, conforme sumarizado no quadro abaixo:

QUADRO 1: serviços ofertados pelo Porto Mídia segundo segmentação.

Segmentação	Serviço
Educação	cursos nas mais diversas áreas em parcerias com instituições especializadas e/ou de fomento
Empreendedorismo	incubação de até 10 negócios criativos, com infraestrutura e networking
Experimentação	laboratórios de pós-produção

Exibição	galeria de artes digitais equipada para receber exposições com tecnologias interativas
----------	--

Fonte: elaborado pelos autores.

A segunda fase da operação do Porto Mídia visa complementar o trabalho desenvolvido na primeira, de pós-produção, e tem por objetivo dotar a iniciativa de uma estrutura completa de produção, com laboratórios voltados à geração e gravação de conteúdo. O projeto conta com três setores: Núcleo de Produção com estúdio de gravação de vídeo para cinema e televisão, *stop motion*, música e *motion capture*; Núcleo de Teste com laboratório para testar e certificar conteúdos e aplicativos e de usabilidade para games; e Núcleo de Exibição com instalações interativas (galeria digital) e sala de exibição de cinema. Tal como na fase anterior, o Porto Mídia Produção pretende investir na evolução tecnológica das empresas e na qualificação técnica dos profissionais.

Esta pesquisa acompanhou especificamente a atuação do Porto Mídia na pós-produção. A infraestrutura disponível para realização das atividades nessa área conta com os seguintes laboratórios: Design e Fotografiaⁱⁱⁱ, Animação e Interatividade^{iv}, Edição de Imagem^v, Edição Online e Finalização^{vi}, Edição de Áudio^{vii}, Pré-Mixagem^{viii} e Correção de Cor e Mixagem. Este último laboratório é destaque na pós-produção audiovisual brasileira por reunir no mesmo lugar o trabalho de correção de cor e mixagem final para cinema e televisão^{ix}. O sistema de correção de cor *Baselight 4* é utilizado em grandes produções audiovisuais no mundo, permite que a correção de cor seja realizada em 4K em tempo real. O laboratório conta também com o *Blackboard 2*, console para agilizar o processo de correção. Todo o conteúdo produzido na sala é exibido através de um projetor 4K que permite a visualização do resultado durante a execução do trabalho. O áudio, por sua vez, tem um sistema 9.1 contando com *Speakers*, *Subwoofer* e *Surrounds* da JBL, além de amplificadores Crown DSI 1000, 2000 e 4000.

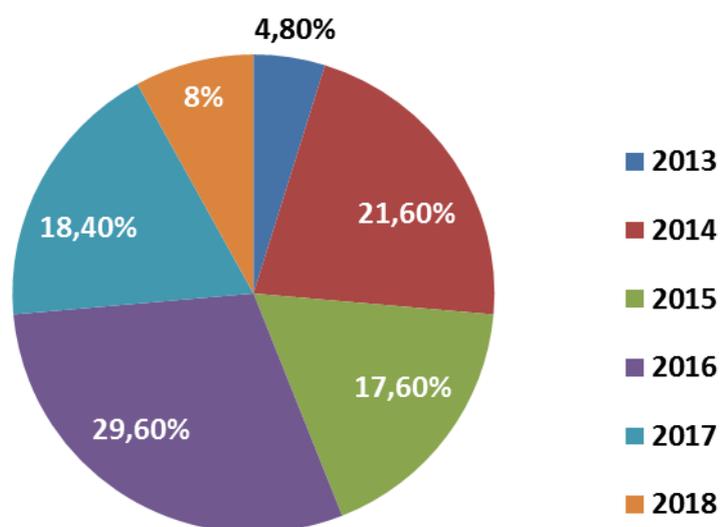
De 2013 até o primeiro semestre de 2018, o Porto Mídia contribuiu para o desenvolvimento de 125 projetos dos cinco principais eixos da economia criativa apoiada pelo Porto Digital^x. Em 2013, apenas 6 projetos foram apoiados, pouco mais de 4,8% do total. No ano seguinte, foram 27 produtos finalizados, mais de 21,6% de todos os 125 projetos de pós-produção realizados até o primeiro semestre de 2018. Já em 2015, houve uma queda na quantidade de produtos finalizados em relação ao ano anterior: foram 22 produtos que receberam algum tipo de apoio da instituição, 17,6% do total.

Em 2016, o Porto Mídia bateu o recorde de trabalhos audiovisuais finalizados em seus laboratórios. Foram 37 produções naquele ano, que correspondem a 29,6% do



universo. Em 2017, esse número caiu para 23, representando 18,4% do total. Por fim, no primeiro semestre de 2018, foram 10 produtos finalizados, o equivalente a 8% das iniciativas desde o início da operação do Porto Mídia. Esses dados estão sumarizados no gráfico abaixo (Gráfico 3).

GRÁFICO 3: Projetos fomentados pelo Porto Mídia anualmente.



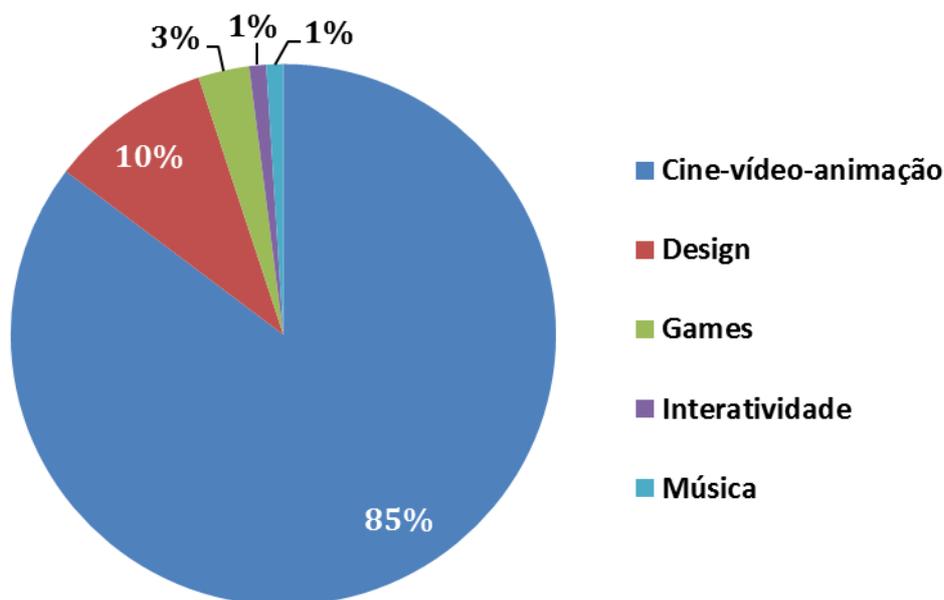
Fonte: elaborado pelos autores.

Dos 125 projetos fomentados entre os anos de 2013 e 2018, 106 são em cine-vídeo-animação, 12 em design, 4 em games, 2 em interatividade e 1 em música, conforme ilustração seguinte (Gráfico 4). Os números evidenciam a prevalência do audiovisual, setor que representa 85% de todas as ações desenvolvidas desde a criação do Porto Mídia. Design, games, interatividade e música, por sua vez, representam 14% do total, sendo 9% de design, 3% de game, 1% de interatividade, e menos de 1% de música, conforme gráfico abaixo (Gráfico 4).

GRÁFICO 4: Projetos fomentados pelo Porto Mídia por segmento.

A

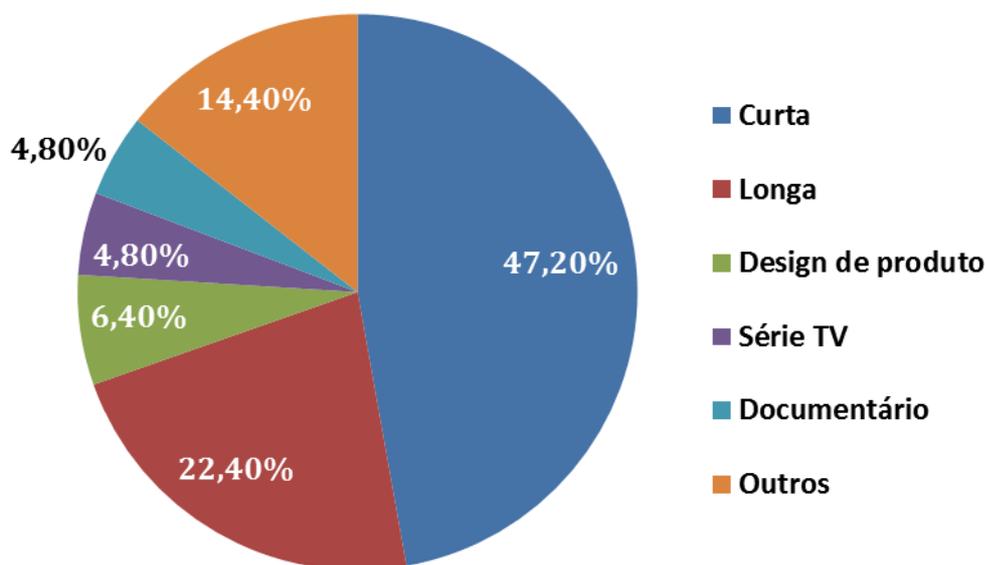
125



Fonte: elaborado pelos autores.

Em relação à natureza dos projetos da categoria cine-vídeo-animação, dos 106 produtos audiovisuais finalizados nos laboratórios do Porto Mídia – de 2013 ao primeiro semestre de 2018 –, a maioria são filmes. Foram 59 curtas e 28 longas de ficção, além de 6 documentários. Essa distribuição está ilustrada abaixo (Gráfico 5):

GRÁFICO 5: Distribuição de projetos no segmento cine-vídeo-animação.



Fonte: elaborado pelos autores.

Os números apontam para a vocação majoritariamente cinematográfica da produção audiovisual do estado. Entre os filmes de longa-metragem estão os premiados *Boi Neon* (2015), de Gabriel Mascaro, e *Aquarius* (2016), de Kleber Mendonça Filho.

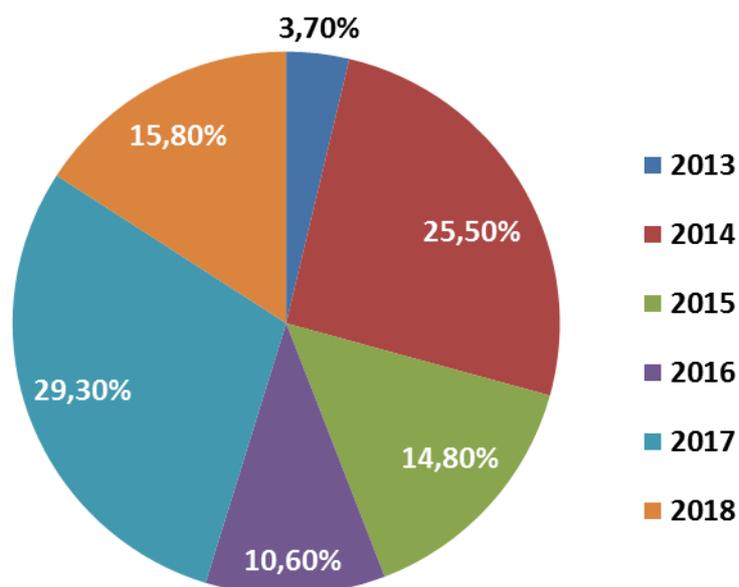
A mixagem e a correção de cor de *Boi Neon* foram realizadas nos laboratórios do Porto Mídia. O filme participou de 70 festivais e conquistou 32 prêmios, dentre os quais os prêmios especiais do júri na 72ª *Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica - La Biennale di Venezia* (Festival Internacional de Cinema de Veneza, 2015) e no 37º *Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de Havana, Cuba* (2015). No 15º *Festival International du Film de Marrakech, Marrocos* (2015), conquistou o troféu de melhor direção. No 40º *Toronto International Film Festival*, no Canadá (2015), recebeu menção honrosa e foi o grande vencedor da 17ª edição do Festival do Rio (2015), como melhor filme, melhor roteiro, melhor fotografia e melhor atriz coadjuvante.

Aquarius, de Kleber Mendonça Filho, também conquistou o público e a crítica no Brasil e no exterior. A produção usou os laboratórios do Porto Mídia nas etapas de montagem e finalização. Em 2016, *Aquarius* foi o único filme latino-americano selecionado para concorrer à Palma de Ouro do Festival de Cannes, premiação máxima da mais importante competição cinematográfica francesa e uma das mais cobiçadas do cinema

mundial. *Aquarius* participou de quase uma centena de festivais ao redor do mundo, tendo recebido 59 indicações e conquistado 36 prêmios nacionais e internacionais. Entre eles, os de melhor filme no *World Cinema Amsterdam 2016* (Festival Internacional de Cinema da Holanda) e no *63º Sydney Film Festival* (Festival de Cinema de Sydney), na Austrália, em 2016. Além disso, foi eleito o melhor filme estrangeiro pelo Sindicato Francês da Crítica de Cinema, e consagrado com os troféus de melhor filme, melhor direção e melhor trilha sonora no Grande Prêmio do Cinema Brasileiro, realizado pela Academia Brasileira de Cinema, em 2017. *Aquarius* foi distribuído em mais de 150 países e, segundo a Ancine (2018b), obteve uma arrecadação de R\$ 5.269.780,11 somente nas salas de cinema do Brasil, onde foi visto por 356.690 pessoas – o maior público de um longa-metragem da história do cinema pernambucano.

No âmbito da formação, planejamento, gestão e qualificação técnica de profissionais, de 2013 ao primeiro semestre de 2018, o Porto Mídia promoveu 215 atividades, entre cursos, palestras, *workshops*, seminários, debates, *masterclasses* e oficinas, conforme ilustrado pelo gráfico abaixo (Gráfico 6).

GRÁFICO 6: Iniciativas no segmento de educação.



Fonte: elaborado pelos autores.

Essas atividades têm sido ministradas por instrutores-professores vindos da Inglaterra, França, Estados Unidos, Rússia e de outros estados do Brasil. A vinda desses profissionais ao Recife tem sido fundamental para a qualificação técnica da mão de obra local, uma vez que os equipamentos e softwares usados nos laboratórios do Porto Mídia são de última geração e exigem uma capacitação permanente para atender à demanda do mercado audiovisual.

Entre os cursos oferecidos, destacam-se os de correção de cor ministrados por Vanessa Taylor, instrutora certificada da *FilmLight*^{xi}. Com vinte anos de experiência na área, Taylor participou da coloração dos filmes *O Grande Gatsby*, *Harry Potter e as Relíquias da Morte: Parte 2*, *This is England* e *Vingadores*, além de outras produções internacionais na Suécia, Israel, Turquia e Índia.

O primeiro curso, intitulado *Baselight Technical Training for Colorists*, foi direcionado para quem já tinha conhecimento básico no trabalho de finalização com imagem, e consistiu em mostrar as operações do *software* de correção de cor *Baselight*, produzido pela *FilmLight*^{xii}. O segundo curso ministrado por Taylor, intitulado “A Teoria e as Técnicas de Correção de Cor”, aprofundou o conhecimento dos participantes sobre conceitos e técnicas de correção de cor no cinema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou abordar o papel do Estado como indutor do desenvolvimento territorial por meio de políticas públicas de comunicação e cultura, a partir do conceito de indústrias criativas, por meio do estudo de caso o Porto Mídia. A investigação demonstrou a validade da hipótese segundo a qual haveria uma associação entre iniciativas vinculadas ao Porto Mídia e o fomento ao setor audiovisual em Pernambuco.

Por meio da análise empreendida, foi possível identificar a lei nº 15.563/91 e a lei nº 17.237/2006 como mecanismos parciais de causalidade, bem como a atuação do indivíduo Cláudio Marinho, entre as décadas de 1980 e 1990, na Prefeitura do Recife e no Softex Recife. Já a atuação de Marinho à frente da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco, no governo Jarbas Vasconcelos, foi classificada como *SUIN Cause* de nº 1. Já a instituição da lei nº 17.244/2006 foi apontada como condicionante do tipo *SUIN Cause* de nº 2. Os dispositivos legais que se seguiram à lei nº 17.244/2006, a qual institui o incentivo fundamental ao desenvolvimento do Porto Digital, indicam um processo gradual de ampliação territorial e de áreas de atuação das indústrias criativas

no Recife. A emergência do Porto Mídia, fundamentalmente entre os anos de 2011 e 2013, por sua vez, foi identificada como condicionante do tipo *SUIN Cause* de nº 3.

Quanto ao mapeamento do impacto dessas iniciativas, os dados coletados demonstraram que metade das empresas embarcadas estão registradas como Sociedade Empresária Limitada, o que reflete o perfil predominante de pequena e média empresa instaladas no Parque. No que se refere a área de atuação, predominam empresas de Tecnologia da Informação (TI), seguidas por aquelas de Educação, Games e Audiovisual. Já em relação ao surgimento de empresas, observou-se um incremento importante entre 2008 e 2011. Não por acaso, este intervalo marca período de implementação de relevantes incentivos à promoção das indústrias criativas em Pernambuco, o que sugere uma associação entre as políticas desenvolvidas e os impactos detectados.

Os recursos investidos, a estrutura de laboratórios e equipamentos de ponta para a pós-produção de produtos audiovisuais, o trabalho de formação técnica e gerencial e o reconhecimento da qualidade dos produtos finalizados no Porto Mídia nos principais festivais de cinema do Brasil e do mundo, em particular, dos filmes *Boi Neon* e *Aquarius*, são fatores que reforçam a relevância da sua atuação para o fomento da economia criativa audiovisual de Pernambuco. Uma atuação que pode ser vista como complementar às outras ações públicas de estímulo à produção, a exemplo do edital do Funcultura Audiovisual, também do Governo do Estado. Ao mesmo tempo em que viabiliza um acesso mais amplo dos realizadores locais às tecnologias mais avançadas em termos de tratamento de imagem e som, o parque tecnológico contribui para baratear os custos de finalização dos produtos audiovisuais, uma vez que a tabela de preços adotada para utilização dos seus laboratórios apresenta valores menores comparativamente àqueles praticados pelo mercado^{xiii}.

A investigação, porém, evidenciou desafios importantes ao fomento das indústrias criativas no Estado, em especial ao campo do audiovisual, que também demonstram relevância como objeto de pesquisas futuras. Como o Porto Mídia não possui profissionais técnicos, a contratação dos mesmos é de responsabilidade de quem usa os laboratórios. Considerando que a mão-de-obra local para trabalhar com tecnologia de ponta ainda é reduzida, o custo de um técnico de fora do estado ou de outro país representa um aumento em potencial no orçamento da produção, o que demonstra a necessidade de capacitação de mão-de-obra local qualificada para operar os equipamentos instalados no Parque Tecnológico.

Outro desafio é o incremento do número de projetos realizados. Desde sua criação, entre 2013 e 2018, 106 produtos audiovisuais foram finalizados nos laboratórios

A

do Porto Mídia, uma média de 18 por ano. Comparativamente aos 60 projetos de realização aprovados no Funcultura Audiovisual 2017-2018^{xiv}, trata-se de quantidade ainda baixa, o que sugere um questionamento relevante aos gestores do Porto Mídia: como atrair esse contingente de realizadores pernambucanos que receberam financiamento público para usufruir dos laboratórios de pós-produção do Porto Mídia?

Um terceiro desafio diz respeito ao incremento do número de empresas embarcadas. Das 40 empresas de economia criativa embarcadas no Porto Digital, apenas 05 trabalham especificamente com audiovisual: 3 produtoras, 1 emissora de TV aberta e uma 1 empresa de TV Corporativa^{xv}. Na área do parque tecnológico há outras 03 emissoras de TV aberta, uma pública e duas privadas. Por que elas não estão embarcadas? E as dezenas de produtoras independentes do estado, não teriam interesse em mudar suas sedes para as áreas de abrangência do Porto Digital/Porto Mídia e, assim, usufruírem dos benefícios de empresa embarcada, conforme previsto em lei?

Por fim, conclui-se que as evidências aqui reunidas se encontram em um ambiente multifatorial. O desenvolvimento das indústrias criativas e da cadeia produtiva audiovisual em particular, no estado e no País, envolve a participação de agentes e políticas públicas não abarcadas pelo desenho da pesquisa que deu origem a este artigo. Reconhece-se, dessa forma, as limitações dos resultados elencados. Entretanto, espera-se que os dados aqui apresentados e analisados, a partir do caso específico da cidade do Recife, contribuam para o campo interdisciplinar da reflexão sobre a associação entre políticas de comunicação e desenvolvimento territorial.

REFERÊNCIAS

ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Emprego no setor audiovisual**. Estudo Anual 2018a. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/emprego_no_setor_audiovisual_0.pdf> Acesso em: 23/07/2018.

ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2018b). **Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição 1995 a 2017**. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2102.pdf>> Acesso em: 10/11/2018.

UNCTAD. **Creative economy report 2008**: the challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making. New York, NY, 2008.

CAVALCANTI, Mayra. Voltado para economia criativa, Porto Mídia abre as portas no Recife Antigo. **Mundo Bit**, NE10, 13 ago. 2013. Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/mundobit/2013/08/12/voltado-para-economia-criativa-porto-midia-abre-as-portas-no-recife-antigo/>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice tríplice**. Porto Alegre, EdiPUCTS, 2009.

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2014. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/industria-criativa/default.htm>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economicriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>> Acesso em 02/05/2017.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fábio. Indústrias criativas. Um novo catalisador conceitual para a regulação da mídia?. **Revista Eptic**. Vol. 17, no. 2, maio-agosto, 2015.

MAHONEY, James; KIMBALL, Erin; KOIVU, Kendra. The Logic of Historical Explanation in the Social Sciences, **Comparative Political Studies**, 42:1, jan. 2009, pp. 114-146.

MARQUES, Eduardo Cesar Leão. As políticas públicas na Ciência Política. In: MARQUES, Eduardo Cesar Leão; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de (Org.). **A política pública como campo multidisciplinar**. São Paulo: Editora Unesp; Rio de Janeiro: Editora Fiocruz/CEM, 2013.

MARTELL, Frédéric. **Smart: o que você não sabe sobre a internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MATTOS, Paulo; PRADO, Mariana Mota; ROCHA, Jean Paul Cabral Veiga da; COUTINHO, Diogo R.; OLIVA, Rafael (org.). **Regulação econômica e democracia: o debate norte-americano**. São Paulo: Editora 34, 2004.

MOTA, Renato. Tecnologia que recuperou o bairro do Recife. **JC Online**, 2015. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2015/11/23/tecnologia-que-recuperou-o-bairro-do-recife-209067.php>>. Acesso em 13 de jul. 2017.

RECIFE. Lei municipal nº 17.244/2006. Institui o programa de incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais condicionados. **Sistema de Leis Municipais**. Recife, 27 de julho de 2006. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a1/pe/r/recife/decreto/2006/2245/22449/decreto-n-22449-2006-regulamenta-a-lei-n-17244-de-27-de-julho-de-2006>>. Acesso em 03 mai. 2017.

RECIFE. Lei Municipal nº 17.762/2011. Introduz alterações nas Leis Municipais nº 17.244/2006 e nº 17.237/2006. Recife, 28 de Dezembro de 2011. **Sistema de Leis Municipais**. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/pe/r/recife/lei-ordinaria/2011/1776/17762/lei-ordinaria-n-17762-2011-introduz-alteracoes-nas-leis-municipais-n-17244-2006-e-n-17-237-2006>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

RELATÓRIO GERENCIAL 2011 – **Porto Digital**. Disponível em <http://portodigital.org/arqSite/Relatorio_Gerencial_Contrato_de_Gestao_2011_SECTEC.pdf>. Acesso em: 17 de abril. 2017

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 8, n. 16, jul/dez 2006, pp. 20-45.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

A

ⁱ O nome fantasia adotado pela instituição é grafado em caixa alta e como uma única palavra (PORTOMÍDIA), sem acento gráfico. Entretanto, ao longo deste artigo, será utilizada a grafia "Porto Mídia", a exemplo de "Porto Digital".

ⁱⁱ Sobre a história do Porto Digital, ver: < <http://www.portodigital.org/parque/historia>>. Acesso em 13 de jul. 2017.

ⁱⁱⁱ Oferece máquinas de alto desempenho e softwares para que se trabalhe com artes gráficas digitais através de ferramentas como o pacote *Adobe Creative Series Master Collection* e desenvolvimento de *plugins* e aplicações correlacionadas.

^{iv} Conta com mesas digitalizadoras de última geração *Wacom Cintiq* que possibilitam que o desenvolvedor tenha uma experiência diferenciada ao desenhar digitalmente em cima da própria imagem. O espaço conta com *Workstations* avançadas para maior processamento das imagens trabalhadas nos softwares, *Autodesk Maya*, *Autodesk 3Ds Max Designm Toon Boom Animate Pro*, além da suíte *Adobe Master Collection*.

^v Laboratório onde é feito o primeiro corte do filme com os seguintes softwares: *Final Cut*, *Avid Media*, *Composer* ou *Adobe Premiere*. Os efeitos especiais poderão ser aplicados através da plataforma *After Effects*. No laboratório pode ser realizado no processo de composição de imagem utilizando o software *Nuke X*. O lugar também disponibiliza o *Cineasset Pro*, para masterização de vídeo capaz de criar arquivos no formato DCI, utilizado nos cinemas digitais.

^{vi} Laboratório para a utilização de equipamentos que provém agilidade e suavidade para interagir a edição aos efeitos especiais. O estúdio dispõe de uma *Workstation Mac Pro* com memória, placas, processadores montados especialmente para trabalhar com o software *Smoke For Mac*, que contém funções avançadas para montagem de cenas, correção de cor e efeitos visuais, além do monitor profissional de *broadcast* com tecnologia *Oled Sony PVM 2546*, permitindo maior fidelidade a cor desejada pelo editor.

^{vii} O laboratório disponibiliza dois sistemas idênticos baseados no *Avid Mbox* e no *Avid Artist Control*, que garantem agilidade e autonomia sobre o processo de edição de áudio na plataforma *Pro Tools*. Os sistemas podem ser utilizados para a montagem de trechos de áudio, inserção de faixas de diálogo e efeitos sonoros.

^{viii} O laboratório possui uma *Workstation Mac Pro* com placa *Protools HDX*, pacote de softwares *Waves Diamond Bundle* e biblioteca de áudios profissionais *Hollywood Edge* integrados operados pela mesa *Avid C24*, junto a um sistema de som 5.1 com caixas *Genelec* e uma tela de 55 polegadas para a exibição do material com maior aproximação da realidade.

^{ix} Na América Latina existem apenas três lugares equipados para fazer esse trabalho de finalização de cor com alta qualidade: um no México (*Televisa*) e dois no Brasil. O laboratório do Porto Mídia, no Recife, é o único público. O outro laboratório brasileiro pertence à *TV Globo*, no Rio de Janeiro.

^x Os dados são de documentos internos e foram disponibilizados à esta pesquisa pelo Porto Digital.

^{xi} A *FilmLight* é uma empresa que projeta, cria e fabrica sistemas exclusivos de gradação de cores, aplicativos de processamento de imagens e outras ferramentas de trabalho para o cinema e a televisão.

^{xii} Cabe lembrar que o *Baselight 4* é o software utilizado em grandes produções audiovisuais para o cinema e a televisão e que está presente no superlaboratório de correção de cor do Porto Mídia.

^{xiii} A tabela é variável. A depender do usuário, pode haver descontos de 20 a 90 por cento. Se for do interesse do Porto Mídia, outras negociações podem ser efetuadas, como a permuta de uso dos laboratórios em troca, por exemplo, de um workshop, no caso de um profissional de prestígio no mercado.

^{xiv} De acordo com a página do *Funcultura* na internet, as comissões técnicas e temáticas analisaram 246 projetos de realização audiovisual, antes de aprovarem os 60. As informações estão em: <<http://www.cultura.pe.gov.br/canal/funcultura/cento-e-vinte-e-um-projetos-sao-aprovados-no-funcultura-audiovisual-20172018/>> Acesso em: 5/11/2018.

^{xv} A relação das empresas de economia criativa embarcadas no Porto Digital está disponível em: <<http://www.portodigital.org/empresas/empresas-embarcadas/empresas-de-economia-criativa>> Acesso em: 5/11/2018.

Artigo recebido em 25/08/2019 e Aprovado para publicação em 09/09/2019.