



## **Perspectivas nacionais sobre produção audiovisual: Arranjos Produtivos Locais, Desenvolvimento Regional e Diversidade Cultural<sup>1</sup>**

**André Luís Lourenço<sup>2</sup>**

**Juliano Maurício de Carvalho<sup>3</sup>**

**Vivianne Lindsay Cardoso<sup>4</sup>**

### **Resumo**

No contexto da necessidade de viabilização de políticas públicas que exerçam resistência frente à produção audiovisual centralizada, fruto de uma indústria cultural que tolhe a oportunidade de diversificação de produção e de conteúdo, este artigo busca identificar a perspectiva do Estado para desenvolvimento regional e diversidade cultural na produção audiovisual, a partir da análise de dois documentos em especial – a Instrução Normativa nº 66/2007, da Agência Nacional do Cinema (Ancine), e a ‘Política Nacional de Desenvolvimento Regional’, publicada pelo Ministério da Integração Nacional em 2007. O esforço, nesse sentido, é o de situar os Arranjos Produtivos Locais como entidades capazes de aglutinar diferentes agentes e interesses, com o objetivo de viabilizar o fomento ao setor.

**Palavras-chave:** Políticas de Comunicação; Audiovisual; Arranjos Produtivos Locais; Desenvolvimento Regional; Diversidade Cultural.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado em Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, Unesp-Faac, Bauru-SP, 22-24 de abril de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista. Mestre e doutorando em Comunicação (Unesp-Faac, Bauru-SP). Pesquisador vinculado ao Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Lecotec-Unesp). Docente nos cursos de graduação em Jornalismo e em Com. Social com Hab. em Publicidade e Propaganda na Fundação Educacional Dr. Raul Bauab (Faculdades Integradas de Jaú) e na Faculdade Eduvale de Avaré. Desenvolve pesquisas em Políticas de Comunicação e Indústrias Criativas.

<sup>3</sup> Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento (mestrado profissional), docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (mestrado acadêmico) e do Curso de Jornalismo, líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FAAC/Unesp). E-mail: juliano@faac.unesp.br

<sup>4</sup> Doutoranda e Mestre em Comunicação (Unesp) na linha de pesquisa: Gestão e Política da Informação e da Comunicação Midiática. Especialista em Docência no Ensino Superior (Unifeob). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (Puc-Campinas). Docente dos cursos de Comunicação e Artes da Faac/Unesp. Membro do Grupo de Pesquisa Lecotec - Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Unesp).



## **Introdução**

O século XXI tem sido fortemente marcado por transformações nas estruturas comunicacionais provocadas pelas intervenções tecnológicas, tanto no campo da produção, quanto de recepção de conteúdos, sejam eles produzidos por grandes instituições especializadas – públicas ou privadas –, ou pelo próprio receptor que assume posição de produtor e veiculador de seus próprios conteúdos.

Esta mudança tem despertado o interesse em diversas segmentações dos campos de pesquisa na comunicação, entre elas a capacidade de geração de renda a partir da reorganização da relação entre capital e trabalho, que impulsionam a economia, contemplando, inclusive, públicos e temas diversificados da cultura não apenas com enfoques nacionais e mundiais, mas de pequenos núcleos e espaços regionalizados da sociedade.

Os processos de produção de conteúdos que fogem ao perfil das grandes instituições especializadas estão fortemente ligados ao incentivo do Estado. É sabido que, mesmo entre instituições e produtoras independentes, a principal impulsionadora das iniciativas está na regulamentação governamental. Assim, mesmo com as transformações ocorridas na facilitação de conteúdos por meio das Tecnologias da Informação e da Comunicação, são as políticas públicas que garantem efetividade nas produções em escala mais ampla e, em muitos casos, no seu acesso.

Na esteira das múltiplas facetas assumidas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação, no contexto da Economia Criativa e das potencialidades da constituição de novos arranjos para a produção, este artigo se mostra especialmente interessado na discussão acerca do contexto que envolve as Indústrias Criativas relacionadas à produção audiovisual, com ênfase no Cinema e Vídeo (conforme classificação contida em BRASIL, 2012), a necessidade de fomento à diversidade cultural e a urgência de promoção do desenvolvimento regional.

Nesse sentido, por meio de pesquisas bibliográfica e documental, busca-se identificar a perspectiva do Estado para desenvolvimento regional e diversidade cultural sob a ótica da produção audiovisual, a partir da análise de dois documentos em especial – a Instrução Normativa nº 66/2007, da Agência Nacional do Cinema (Ancine), e a ‘Política Nacional de Desenvolvimento Regional’, publicada pelo Ministério da Integração Nacional em 2007. O



esforço, nesse sentido, é o de situar os Arranjos Produtivos Locais (APL's)<sup>5</sup> como entidades capazes de aglutinar diferentes agentes e interesses, com o objetivo de viabilizar o fomento ao setor.

Apesar de a discussão sobre regionalização da produção cultural audiovisual estar contemplada desde a publicação da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001<sup>6</sup>, a escolha da análise desses dois documentos se refere ao fato de que é a partir da Instrução Normativa nº 66/2007, da Agência Nacional do Cinema (Ancine), e da 'Política Nacional de Desenvolvimento Regional', publicada pelo Ministério da Integração Nacional em 2007, que a temática dos Arranjos Produtivos Locais é especificamente tratada, colocando o APL's como protagonistas do desenvolvimento regional – econômico e social – do setor.

### **Novos parâmetros econômicos – flexibilidade e criatividade como vetores de desenvolvimento**

A sociedade tem experimentado um novo paradigma técnico-econômico desde a reestruturação do capitalismo, ocorrida entre o final da década de 1970 e início da década de 1980. Essa nova perspectiva foi motivada pelos crescentes avanços no campo das tecnologias da informação e da comunicação, que geraram transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como fatores preponderantes insumos de informação, a despeito da ideia de desenvolvimento econômico promovido apenas por insumos de energia (CASTELLS, 2000).

De acordo com Werthein (2000, p. 72), essa “nova” sociedade, a da informação, é marcada pela “ênfase na flexibilidade – ideia central das transformações organizacionais – [que] têm permitido realizar com rapidez e eficiência os processos de desregulamentação, privatização e ruptura do modelo de contrato social entre capital e trabalho característicos do capitalismo industrial”. Assim, o autor (*Ibid*) destaca que esse novo paradigma, o da tecnologia da informação, expressa a essência da presente transformação tecnológica em suas relações com a economia e a sociedade.

---

<sup>5</sup>APL's são aglomerações territoriais com o foco em um conjunto específico de atividades econômicas, que apresentam algum tipo de vínculo, e que se caracterizam por dimensões socioeconômica, fisicoterritorial, político-organizativa e simbólico-cultural, que se articulam em jogos de poder.

<sup>6</sup>MP nº 2.228-1/2001 - Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema – ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional – PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional – FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.



---

Isso porque, a informação se torna matéria-prima no momento em que permite que os indivíduos atuem, por meio das tecnologias, diretamente sobre a própria informação – sobrelevando sua função como agente norteador da economia. Na verdade, os efeitos das novas tecnologias passam a ser perceptíveis em razão de a informação se tornar parte integrante de toda atividade humana, individual ou coletiva, nos mais variados setores (CASTELLS, 2000).

Neste contexto, Carvalho (2008, p. 147) explica que a sociedade da informação é caracterizada pela valorização do saber como forma de acesso ao poder, “com as fontes de poder e riqueza dependentes da capacidade de geração de conhecimento e do processamento de informações”. Outra vertente notável dessa sociedade, defende Bendassolli (2007, p. 15), é a atenção ao “atendimento de necessidades de ordem estética, intelectual, de qualidade de vida e de envolvimento em processos de tomada de decisão autônomos no trabalho e no próprio sistema político”. Portanto, a sociedade da informação é uma sociedade mais complexa e exigente, que coloca o conhecimento, a criatividade e a inovação como vetores do desenvolvimento socioeconômico, ao mesmo tempo em que destaca a qualidade de vida e a participação política, econômica e social na pauta de discussão.

É nesse sentido, reforça o autor (*Ibid*), que essa sociedade permitiu o desenvolvimento de uma nova economia cujo capital torna-se “intelectual”, “cognitivo”, e focada na atuação do ser humano, em seus recursos intelectuais e em sua capacidade de formação de redes sociais, sobretudo sustentados e/ou viabilizados pelas novas Tecnologias da Informação e da Comunicação.

E o conceito de Indústrias Criativas surge justamente no bojo das transformações estruturais dessa sociedade pós-moderna no que diz respeito aos valores, às ordens social, política e econômica, entre outros aspectos (BOLAÑO, 2011). Isso porque, de acordo com Bendassolli (2007, pp. 14-15), “no centro desse debate encontramos uma espécie de virada cultural [...] pela qual novas relações econômicas são produzidas a partir de uma nova investida sobre a cultura”.

Nesse sentido, Reis (2008, p. 15) aponta que criatividade “remete intuitivamente à capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso, equacionar soluções para novos e velhos problemas”. A autora (*Ibid*) ainda enfatiza que, em termos econômicos, a criatividade proporciona um desenvolvimento contínuo na medida em que estimularia a atuação de agentes criativos.



---

O conceito de Economia Criativa, destaca Bendassolli (2007, p. 17), surge no seio de uma revalorização da “criatividade” e da “cultura” em seus desdobramentos econômicos, para novas formas de produção de riqueza. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012, p. 19)

Assim, Reis (2008, p. 24) explica que a Economia Criativa compreende setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico. Isso porque, de acordo com Reis (2008), entre as características da Economia Criativa está a capacidade de gerar ‘valor agregado da intangibilidade’. Em outras palavras, “os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012, p. 22).

Assim, destaca Reis (2008, p. 29), trata-se da capacidade de transformar o intangível da criatividade em valor de troca, a partir da incorporação de características culturais e, portanto, inimitáveis por excelência.

Do turismo cultural abrangendo patrimônio e festas típicas ao audiovisual, criam-se sinergias entre o estilo de vida e o ambiente no qual ele floresce. A noção de criatividade é também associada à cultura pela sua unicidade, capaz de gerar produtos tangíveis com valores intangíveis. Por isso a diversidade de culturas, portanto, de idéias é vista como um grande alavancador de criatividade. (REIS, 2008, p. 29)

Dessa forma, e como enfatiza Reis (2008, p. 41), as indústrias criativas são aquelas que possuem a capacidade de gerarem ‘direitos de propriedade intelectual’, em razão de sua unicidade, que se colocam como elementos responsáveis pela produção de valor de troca dos produtos culturais objetos desse setor.

Outra característica da Economia Criativa diz respeito à inversão da lógica monopolista da Economia Industrial. Reis (2008, pp. 30-31) explica que sua estrutura não se baseia em organizações hierárquicas, mas em forma de redes. “A produção e o consumo, impulsionados pelas novas tecnologias, em vez de seguirem o modelo tradicional de um para muitos, desdobram-se em uma gama de possibilidades de muitos produtores para muitos consumidores”.

Com isso, ressalta a autora (*Ibid*), a lógica da Economia Criativa rompe com o paradigma concorrencial ortodoxo ao afirmar a possibilidade de a estrutura em rede gerar benefícios a todos os participantes com a entrada de novos colaboradores, na medida em que,



baseados nas inovações criativas, os empreendimentos podem se complementarem entre si, gerando um círculo virtuoso de exploração mercantil mais democrático do ponto de vista da distribuição e do acesso. Isso significa também, que no momento em que o modelo da Economia Criativa beneficia desde profissionais autônomos, bem como micros, pequenas, médias e grandes empresas, seja na condição de fornecedoras ou distribuidoras de produtos e serviços, cria-se um canal de inclusão econômica e de atuação em mercados diferenciados – o que incentiva a agilidade e a capilaridade de toda a economia (REIS, 2008; BOLAÑO, 2011; BENDASSOLLI, 2007).

A Economia Criativa também promove novos modelos de consumo, a partir da convergência das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), que proporcionam ao consumidor certo grau de protagonismo frente à unicidade da identidade cultural dos bens e serviços – o que cria outras formas de relacionamento entre os indivíduos e a cultura à sua volta.

De forma ampla, é possível destacar seis setores criativos, ligados à produção de capital simbólico, a saber: a) Patrimônio natural e cultural: Museus, Sítios históricos e arqueológicos, Paisagens culturais, Patrimônio natural; b) Espetáculos e celebrações: Artes de espetáculo, Festas e festivais, Feiras; c) Artes visuais e artesanato, Pintura, Escultura, Fotografia, Artesanato; d) Livros e periódicos: Livros, Jornais e revistas, Outros materiais impressos, Bibliotecas (físicas e virtuais), Feiras do livro; e) Audiovisual e mídias interativas: Cinema e vídeo, TV e rádio (incluindo internet), Internet podcasting, Videogames (incluindo onlines); f) Design e serviços criativos: Design de moda, Design gráfico, Design de interiores, Design paisagístico, Serviços de arquitetura, Serviços de publicidade. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012, p. 28)

Importante salientar que as Tecnologias da Informação e da Comunicação são, na verdade, o motor do próprio setor. Bendassolli (2007, p. 16) explica que o processo de comunicação social ocorrido por meios das TIC está diretamente envolvido com a criação de valor econômico – “produz” a produção. “Assim, aquilo que é “produtivo” é o conjunto das relações sociais, e o processo de produção da comunicação tende a se tornar imediatamente um processo de valorização”.

Reis (2008, p. 33) vai além ao apontar três aspectos inerentes à relação entre Economia Criativa e Tecnologias da Informação e da Comunicação.



---

[...] como parte das indústrias criativas (software, games, mídias digitais, comunicações); 2) impactando na produção (oferecendo novos veículos para conteúdos criativos e a possibilidade de novos produtos e serviços com base na mídia digital), na distribuição (abrindo canais alternativos, e.g. e-commerce, expandindo o acesso global e reduzindo custos de transação) e no consumo, como veículo de conteúdo criativo (possibilitando ao consumidor direcionar sua busca por bens e serviços criativos e acessá-los diretamente do produtor, e.g. por download); 3) transformando os processos de negócio e a cultura de mercado, incluindo a formação de redes e os modelos colaborativos. (REIS, 2008, p. 33)

Porém, para além dos notáveis benefícios da implementação de um setor de Economia Criativa, há que se ressaltar a necessidade de consolidação de políticas públicas que proporcionem condições para sua consolidação. Neste sentido, Reis (2008, pp. 47-48) aponta que ganham destaque alguns aspectos com os quais os setores público e privado, bem como a sociedade civil, devem se preocupar.

Ganha destaque, neste contexto, a necessidade de ações para conscientização dos gestores públicos, privados e a sociedade civil sobre o fato de a inclusão social se fazer por convergência de interesses, estimulando a mudança da perspectiva concorrencial na disputa pela decisão sobre a construção de políticas públicas. A partir da convergência de interesses, relata Reis (*Ibid*), poder-se-ia construir e implementar políticas de desenvolvimento transversais às atividades, iniciativas e potenciais produtivos envolvidos no setor de Economia Criativa. Nesse mesmo contexto, também se mostra imprescindível a atuação política dos agentes envolvidos em processos de influência em acordos externos que possibilitem a apropriação dos benefícios da economia criativa por parte das comunidades que os originaram.

Por se tratar de bens e serviços com valor intangível agregado, os produtos da Economia Criativa muitas vezes não possuem condições financeiras, ou apoio financeiro, para serem lançados no mercado. Também não contam, grande parte das vezes, com uma rede produtiva que permita o desenvolvimento do setor. Nesse sentido, Reis (2008, p. 47) sobreleva a necessidade de promoção de acesso a financiamentos por parte das iniciativas criativas para confecção de seus bens ou oferecimentos de seus serviços, bem como ações de fomento à geração de valor não em uma estrutura de cadeia, mas de redes. Ainda dentro da ideia de redes produtivas, há que se ressaltar a necessidade de políticas públicas de incentivo à educação e à capacitação local e regional, em convergência com novos perfis profissionais e novas profissões que venham a surgir no contexto da Economia Criativa.



---

Do ponto de vista das Tecnologias da Informação e Comunicação, a autora (*Ibid*) enfatiza a necessidade de políticas públicas que contribuam para a disponibilização de uma infraestrutura suficiente, que, por meio dela, seja possível formar um ambiente que reconheça o valor econômico da criatividade e do intangível cultural.

O trabalho de inteligência também se mostra relevante no contexto dos alicerces da Economia Criativa. Reis (2008, pp. 47-48), enfatiza a necessidade de implantação de ações de levantamento estatístico e informacional permanente que monitore o desenvolvimento das iniciativas promovidas pelas políticas públicas elaboradas.

Por fim, a autora (*Ibid*) destaca a necessidade de estabelecimento de um modelo de governança para gestão de políticas públicas de fomento à Economia Criativa. Para Reis (2008, p. 36), trata-se de um dos maiores desafios para o fomento à economia criativa nos países em desenvolvimento, uma vez que esse modelo de governança deve ser capaz de gerir a “articulação de um pacto social, econômico e político entre os setores público, privado, a sociedade civil, a academia e as organizações multilaterais, no qual cada um tem um papel muito claro”.

A partir da convergência de interesses, relata Reis (2008, pp 47-48), poder-se-ia construir e implementar políticas de desenvolvimento transversais às atividades, iniciativas e potenciais produtivos envolvidos no setor de Economia Criativa, especificamente em suas indústrias e arranjos produtivos. Nesse mesmo contexto, também se mostra imprescindível a atuação política dos agentes envolvidos em processos de influência em acordos externos que possibilitem a apropriação dos benefícios da economia criativa por parte das comunidades que os originaram – como acesso a financiamentos, Infraestrutura em Tecnologias da Informação e Comunicação, capacitação para a produção local e regional, formação de redes de convergência profissional, entre outros.

### **A diversidade cultural como exigência legal e fomento ao desenvolvimento social**

Considerada no conceito de Indústrias Criativas o motor de desenvolvimento e benefícios sociais, não necessariamente monetários, a diversidade cultural é capaz de moldar identidades, promover respeito, compreensão, tolerância e inclusão entre pessoas, capacitar, gerar emprego, preservar patrimônio e dar sentido ao futuro.



---

A Declaração Universal sobre Diversidade Cultural adotada pela Unesco em 2001 enxerga a diversidade como sendo incorporada na ‘singularidade e pluralidade’ das identidades de várias sociedades e grupos, um patrimônio comum da humanidade. Como a cultura é intrínseca à realização das aspirações humanas, é possível argumentar que a diversidade cultural será um fator importante na promoção do desenvolvimento econômico, social e cultural. (UNCTAD, 2010)

Utilizando como documentos norteadores, entre outros, a Declaração Universal sobre Diversidade Cultural<sup>7</sup> adotada pela Unesco em 2001, o relatório Unesco Investindo em Diversidade Cultural e Diálogo Intercultural<sup>8</sup>, de 2009, além dos artigos nº 210 a 224 da Constituição Federal<sup>9</sup>, a comunicação e a cultura tornam-se ferramentas de transformação social e da cidadania. Com isso, confirma-se a pertinência das reflexões provocadas pelas Indústrias Criativas com a identificação da valorização dos bens imateriais que envolvem o intelectual, a troca de conhecimento, as redes sociais e uma inflexão do coletivo para o indivíduo que passa a se interessar, sobretudo, "pelo atendimento de necessidades de ordem estética, intelectual, de qualidade de vida e de envolvimento em processos de tomada de decisão autônomos" (BENSASSOLI; WOOD; KIRSCHBAUM; CUNHA, 2009).

A Constituição Federal de 1988 é clara nos seus artigos nº 215 e 216 quando regulamenta e norteia a relevância da cultura no Brasil. O artigo 215 fundamenta-se no princípio de que “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” (BRASIL, 1988). Nos itens II, IV e V, respectivamente, apontam-se a “produção, promoção e difusão de bens culturais”; a “democratização do acesso aos bens de cultura”; e por fim a “valorização da diversidade étnica e regional”.

No artigo 216, que apresenta definições acerca do patrimônio cultural brasileiro, destacam-se os “bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (BRASIL, 1988). Entre eles estão inclusos e se destacam respectivamente nos itens II, III e IV: “os modos de criar, fazer e viver”; “as criações científicas, artísticas e tecnológicas”; “as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais”

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>. Acesso em: 10/04/2014.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>. Acesso em: 02/03/2014.

<sup>9</sup> Constituição Federativa do Brasil. Disponível em:

<http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/CON198804.02.2010/CON1988.pdf>. Acesso em: 15/04/2014.



---

A valorização de setores criativos tem sido identificada "como importante agente para a dinamização de território" e, desta forma, "a integração das indústrias criativas em planos que visam à renovação, reconversão e criação de espaços urbanos emergentes poderá ser determinante para aqueles que apostam em territórios de inovação" (LATOEIRA, 2007). Por meio da tecnologia, inovação e criatividade, poder-se-ia, em tese, viabilizar o crescimento coeso e com plena função das Indústrias Criativas como elemento dinamizador de territórios, especialmente pensado quando voltado ao desenvolvimento de setores regionalizados.

Identifica-se, ao considerar a cultura como elemento significativo de desenvolvimento social, a aderência e relevância da cultura envolta nos diversos Arranjos Produtivos Locais. É por meio da cultura regional que a criatividade emana de formas diversas e criativas, tornando a produção que venha a ser concretizada, muitas vezes, por suas especificidades, peculiaridades e temáticas efetivamente contra hegemônica. Mais do que isso, inovadora e atrativa como negócio.

### **Fomento à diversidade cultural e ao desenvolvimento regional a partir de Arranjos Produtivos Locais**

Nesse sentido, o Governo Federal, por meio do Ministério da Integração Nacional lançou em 2007 a 'Política Nacional de Desenvolvimento Regional'. Em documento<sup>10</sup> publicado à época, o Executivo Nacional coloca entre os mecanismos de promoção do desenvolvimento regional e inclusão social o fomento à constituição de Arranjos Produtivos Locais (APL's).

Conforme Brasil (2007, p. 17), os APL's estariam no centro do debate em razão de terem o potencial para agrupar, organizar e apoiar vocações econômicas locais, "numa ótica que concilia promoção da competitividade e inclusão social". Em consonância com essa perspectiva, Loiola e Lima (2008) destacam os APL's como estratégia para enfrentar as barreiras naturais da economia tradicional.

Segundo as autoras, APL's são aglomerações territoriais com o foco em um conjunto específico de atividades econômicas, que apresentam algum tipo de vínculo, e que se

---

<sup>10</sup> Brasil (2007) – Sumário Executivo



caracterizam por dimensões socioeconômica, físicoterritorial, político-organizativa e simbólico-cultural, que se articulam em jogos de poder<sup>11</sup>.

Em 2012, o Ministério da Integração Nacional reafirma a tendência da necessidade de fortalecimento dos Arranjos Produtivos Locais para o desenvolvimento regional e inclusão social com a publicação do “Resumo Executivo”<sup>12</sup> da ‘Nova Política Nacional de Desenvolvimento Regional’. Nesse documento, o Governo Federal mantém essa nova perspectiva de produção não alicerçada na lógica dominante de mercado capitalista como estratégia para a melhoria nas condições de vida da sociedade e o desenvolvimento mais igualitário entre as regiões.

Assim, é possível perceber que a Política Nacional de Desenvolvimento Regional parte da afirmação de que esse tipo de arranjo produtivo teria condição de atuar como organizações capazes de elaborar produtos de valor intangível agregado, de caráter cultural contra-hegemônico, independentes à lógica capitalista da Indústria Cultural.

Nesse sentido, o documento é taxativo sobre a relevância da reestruturação produtiva regional, quando afirma, ao longo da descrição acerca do capítulo sobre “Vetores de Desenvolvimento Regional Sustentável”, que a “estruturação e o fortalecimento de arranjos e sistemas produtivos e inovativos, com base local, mas articulados aos seus correspondentes nas demais escalas e orientado por um projeto nacional, constitui elemento essencial desta proposta” (BRASIL, 2012, p. 27).

Sob a mesma perspectiva de fomento às iniciativas produtivas formuladas a partir de redes colaborativas e complementares no campo da Cultura acompanha a Instrução Normativa nº 66/2007 da Agência Nacional de Cinema (Ancine), que estabelece normas gerais para a instituição de programas especiais de fomento para o desenvolvimento da atividade audiovisual brasileira.

Em seu artigo 2º, a Instrução Normativa aponta seu entendimento acerca de programas especiais de como fomento, como “o conjunto articulado de objetivos, metas e projetos, custeado por recursos financeiros reunidos especialmente para sua execução e destinado a promover o desenvolvimento da atividade audiovisual brasileira”.

---

<sup>11</sup> Loiola e Lima (2008) distinguem a noção de Arranjos Produtivos Locais (APL's) e *Criative Clusters*, preferindo a primeira, em razão de considerarem que a lógica de análise dos *Criative Clusters* estaria mais focada nas relações puramente mercantis, guiadas por racionalidade instrumental. As autoras entendem, e os autores deste artigo concordam, que na noção de APL estão devidamente consideradas relações mercantis e não-mercantis, questões de valores, de identidades e de pertencimento, além de questões socioeconômicas.

<sup>12</sup> Brasil (2012)



---

Neste contexto, a legislação estabelece como prioridade, em seu artigo 3º, inciso III, “identificar e apoiar novos centros de produção e inovação, incentivando a associação entre as empresas do setor audiovisual e a organização dos arranjos produtivos locais”.

As indicações específicas nos documentos analisados acerca da relevância dos Arranjos Produtivos Locais no contexto da produção Audiovisual demonstram primazia das orientações legislativas quanto à necessidade de reorganização da lógica de promoção da atividade e organização dos interesses dos diferentes atores envolvidos nesse processo.

Assim, é possível notar que as Políticas Governamentais para o desenvolvimento regional e para produção audiovisual estão alinhadas quanto à necessidade de desconcentração em relação aos eixos produtivos tradicionais (São Paulo e Rio de Janeiro) e fuga à hegemonia da indústria cultural.

Para além de demonstrar coerência entre diferentes setores político-administrativos do Estado, essa constatação evidencia considerável proximidade em relação à tendência da Comunidade Acadêmica no que diz respeito aos benefícios das indústrias criativas e aos novos arranjos institucionais possíveis no contexto de uma Sociedade da Informação – uma vez que a atividade baseia-se em bens imateriais, disponíveis aos mais diversos núcleos da sociedade.

É importante salientar que a constituição de Arranjos Produtivos Locais para fomento à produção Audiovisual e à diversidade cultural tem sido uma constante em diferentes regiões, como são os casos do “APL Audiovisual” (RS)<sup>13</sup> e do “Pólo Audiovisual da Zona da Mata” (MG)<sup>14</sup>.

Evidentemente, para além de perspectivas defendidas no âmbito das Políticas Públicas, há a necessidade de viabilização dessas orientações a partir de programas especiais de fomento para o setor, sobretudo no âmbito do Ministério da Cultura e da Agência Nacional de Cinema (Ancine) – por meio de editais e financiamentos – e que não foram tratados nesta oportunidade.

Fato é que, por meio da literatura especializada e das perspectivas nacionais à produção audiovisual, ficam notórias a necessidade de quebra do monopólio produtivo do setor e a urgência da reorganização institucional para viabilização da diversidade cultural e do desenvolvimento regional.

---

<sup>13</sup> Informações em <http://www.aplaudiovisual.org.br/quem-somos>.

<sup>14</sup> Informações em <http://www.fabricadofuturo.org.br/index.php?pag=29&canal=77>.



## Referências Bibliográficas

- BENDASSOLLI, P. F.. Estudo Exploratório Sobre Indústrias Criativas No Brasil e no Estado de São Paulo. São Paulo: GV Pesquisa, 2007.
- BENSASSOLI, P. F.; WOOD Jr., T; KIRSCHBAUM C.; CUNHA, M. P.. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. RAE: São Paulo, Vol. 49, nº 1, jan/mar 2009.
- BOLAÑO, C.. Capital, Estado, Indústria Cultural. Tese de Doutorado. Instituto de Economia. Universidade Estadual de Campinas. 1993.
- \_\_\_\_\_. Indústria e criatividade: uma perspectiva latino-americana. In: ISMAEL, R.. Cadernos de desenvolvimento. Nova Série. Rio de Janeiro, v. 6, n. 9, julho-dezembro de 2011.
- BRITTOS, V. C.; MIGUEL, J.. Indústria Cultural: conceito, especificidades e atualidades no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL FILHO, A. V. (orgs.). Economia Política da Comunicação – interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, 1988
- \_\_\_\_\_. Política Nacional de Desenvolvimento Regional. Ministério da Integração Nacional, 2007.
- \_\_\_\_\_. Instrução Normativa 66/2007. Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cultural.
- \_\_\_\_\_. MinC. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. 2ª Edição (Revisada). Brasília, 2012.
- \_\_\_\_\_. I Conferência Nacional de Desenvolvimento Regional. Resumo Executivo. Ministério da Integração Nacional, 2012.
- CARVALHO, J. M.. Políticas para a Comunicação e cidadania: o discurso inclusivo do livro verde brasileiro. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL FILHO, A. V. (orgs.). Economia Política da Comunicação – interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Vol. 6. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- LATOEIRA, Cristina. Indústrias Criativas: mapeamento, organização e estudos de caso. Prospectiva e Planejamento, nº 14. Departamento de Prospectiva e Planejamento e Relações Internacionais, 2007.



---

LOIOLA, E.; LIMA, C. L. C.. Aglomerações produtivas e segmento cultural: algumas considerações. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil, 28 a 30 de maio de 2008.

MÉSZÁROS, I.. A crise estrutural do capital. Revista Outubro, nº 4. SP: Instituto de Estudos Socialistas, 2000.

REIS, A. C. F.. “Introdução”. In.: Org.: REIS, A.C.F. Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

UNCTAD/ COPYRIGHT. Relatório de Economia Criativa - 2010/ Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável. UNCTAD, 2010.

WERTHEIN, J.. A Sociedade da Informação e seus desafios. Revista Ciência da Informação, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000.

WOLF, M. Teorias da comunicação de Massa. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2008.