

**Economia Criativa e Cidades Criativas:
delimitação de conceitos e um breve estudo sobre o
Polo Cinematográfico de Paulínia (SP)**

*Creative Economy and Creative Cities:
defining concepts and a brief study of the
Paulínia's Film Production Pole (SP)*

Bruno Jareta de OLIVEIRA¹
Juliano Ferreira de SOUSA²
Luis Enrique CAZANI JUNIOR³
Paula Cecília de Miranda MARQUES⁴

Resumo

Este trabalho apresenta os conceitos indústrias criativa e cidades criativas, partindo da definição de Economia da Cultura estabelecida por Zallo Elguezabal e Tremblay. Aplicam-se, também, os conhecimentos sobre Economia Criativa em um estudo acerca da implantação do Polo Cinematográfico de Paulínia, seguindo os parâmetros indicados no Relatório de Economia Criativa 2010 (UNCTAD): capitais social, cultural, humano e institucional.

Palavras-chave: Indústria criativa. Cidades criativas. Arranjos produtivos. Polo Cinematográfico de Paulínia.

Abstract

This paper presents the concepts creative industries and creative cities, based on the definitions of Cultural Economics established by Zallo Elguezabal and Tremblay. It also applies the knowledge of Creative Economy in a study of the implementation of the Paulínia's Film Production Pole, according to the parameters set out in The Creative Economy Report 2010 (UNCTAD): social, cultural, human, and institutional capitals.

Keywords: Creative industries. Creative cities. Clusters. Paulínia's Film Production Pole.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP. E-mail: brunojareta@hotmail.com

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP. E-mail: julianofsousa@gmail.com

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP.

E-mail: cazani.unesp@hotmail.com

⁴ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP.

E-mail: paulacmmarques@hotmail.com

Introdução

É notável, ao pesquisar indústrias criativas, o número de exemplos bem-sucedidos que pontuam os aspectos positivos desse modelo econômico emergente. Círculos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que possuem a criatividade e o capital intelectual como fonte principal desempenham um importante papel como eixo econômico de um complexo urbano, e quando associados a uma administração pública que preza por inovações sociais e culturais, um ambiente no qual uma “ecologia criativa” impera passa a ser possível (LANDRY, 2011, p. 10). Buscar compreender esses casos tem potencial de contribuir com pesquisas relacionadas à Comunicação e Cultura, assim como elucidar o entendimento de casos semelhantes, visando a promoção de economias locais e o desenvolvimento social e cultural.

Este artigo pretende, após um levantamento teórico acerca dos temas relacionados, estudar o Polo Cinematográfico de Paulínia - um caso que ganhou a atenção dos meios de comunicação por ser um projeto com grande potencial econômico, social e cultural, mas que ainda não atingiu os objetivos estipulados.

A primeira parte deste trabalho expõe a necessidade de uma reflexão da cultura sob a luz da função econômica advinda da rentabilidade e articulação do setor. Um percurso histórico do desenvolvimento do conceito de “indústria criativa” é traçado, demonstrando as similaridades e diferenciações com o termo “indústria cultural”. Em seguida, este artigo elucida o termo “cidades criativas”, apresentando suas características e evidenciando a importância da valorização da cultura regional para o desenvolvimento das cidades, incentivando a criatividade na busca da solução de seus problemas. E por fim, apresenta-se o Polo Cinematográfico de Paulínia como objeto para a aplicação dos conceitos apresentados, elencando suas características a fim de avaliá-lo a partir dos critérios e parâmetros sugeridos pela UNCTAD para mensurar o potencial criativo.

Da economia da cultura às indústrias criativas

A representatividade alcançada pelas articulações econômicas nos âmbitos cultural e comunicacional ao longo dos anos, pautadas por processos diferenciados na criação, produção, recepção e consumo, levou à emergência de uma necessidade, segundo Zallo Elguezabal (2011), de se refletir economicamente a cultura. Embora seja uma episteme em construção, a Economia da Cultura pode ser brevemente compreendida como um campo de conhecimento responsável por abordar questões relacionadas ao consumo de produtos, serviços e processos do âmbito cultural. Centra-se, portanto, em análises econômicas aplicadas às interações entre produtores, consumidores e setores governamentais ligados à cultura.

Ao se priorizar atividades de gestão, planejamento estratégico, articulação da criatividade, o multiculturalismo e desenvolvimento local, adentra-se ao macroambiente da economia criativa, da qual as indústrias criativas tornam-se partes integrantes. O conceito de indústrias criativas advém nos anos 1990, como uma leitura das relações entre cultura, tecnologia e economia em um cenário globalizado, passando a identificar atividades fortemente marcadas pelo emprego da criatividade. Ele emerge em um campo multidimensional de atuação que abrange ações governamentais direcionadas ao desenvolvimento econômico.

As terminologias “indústrias criativas” e “indústria cultural” por muitas vezes se interpenetram, encontrando na manipulação do seu objeto de estudo a sua principal similaridade e distinção. Ambas lidam com produtos culturais e com insumos criativos, mas a sua diferenciação se dá pelo olhar que adotam ao se vislumbrar as atividades analisadas.

O substrato teórico que concerne à indústria cultural provém do desenvolvimento dos estudos realizados pelos filósofos pertencentes à Escola de Frankfurt. O termo, cunhado por Adorno e Horkheimer (1985), ressalta a absorção do modo de produção capitalista pelo âmbito cultural na formação dos meios de comunicação de massa, tecendo duras críticas à padronização e reprodutibilidade das expressões culturais. A denominação foi pluralizada

como forma de salientar a multiplicidade do setor, substituindo a singularidade da cadeia produtiva remetida anteriormente ao termo.

De acordo com Bendassoli et al. (2009), o conceito de indústria cultural é essencialmente crítico e dialético, refletindo diferentes dimensões da comunicação de massa. Já o conceito de indústrias criativas está diretamente relacionado a estudos de casos de ações locais de desenvolvimento social e econômico, além de apontamentos sobre a sua dimensão estética. Tem-se, portanto, uma “visão crítica conjugada com soluções reconciliatórias, abordagens descritivas e artigos de posicionamento e revisão” (BENDASSOLI et al., 2009, p.7). Ao realizar um levantamento, o autor mensura como parâmetros principais apontados nas diversas conceituações de indústrias criativas: a criatividade como um capital a ser explorado e como habilidade individual que se configura em propriedade intelectual; a particularização da cultura como objetos culturais; a valoração dos objetos culturais a partir das relações que se estabelecem quando compartilhados; e interações entre tecnologia, atividades artísticas e negócios.

O Relatório de Economia Criativa 2010, realizado em parceria pela Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), denota ao termo “indústria cultural” a representação de indústrias que criam, produzem e comercializam qualquer produto de natureza cultural. Quando o tema criatividade é agregado aos arranjos produtivos e às relações entre os agentes econômicos do setor, é atingida a ideia de economia criativa. A combinação da evolução das tecnologias no campo da comunicação trazida com a revolução digital e o cenário econômico em que ela aconteceu geraram as condições de crescimentos do setor, e nesta lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdo, buscam-se saídas expressivas e lucrativas. Este é o papel e o desafio das indústrias criativas.

Cidades criativas

Quando a indústria criativa se articula em um espaço urbano delimitado, voltado à inovação e à cultura, gerando transformações positivas nas atividades econômicas, sociais e culturais, surge a cidade criativa (PARDO, 2011). Trata-se do empoderamento das cidades,

de acordo com Strickland (2011). O autor vê a cidade criativa como a “Cidade do Futuro”, que se apropria de sua importância histórica, geográfica e econômica, intencionalmente, para garantir a “integração demográfica e o estímulo a pessoas e empresas que se preocupam com questões como valores culturais, comunidade, atenção, justiça, inovação, gênero, equidade racial e religiosa” (STRICKLAND, 2011, p.51).

No relatório da UNCTAD (2012), cidades criativas são definidas como complexos urbanos nos quais as atividades culturais de todos os tipos constituem o componente principal de suas relações sociais e econômicas. Para Landry (2011), a cultura é destacada como um dos fatores primordiais para aproveitar ao máximo o potencial criativo das cidades:

Levar a cultura em consideração nos ajuda a entender de onde um lugar vem, por que ele está como está e como pode criar seu futuro, por meio de seu potencial. Esses recursos culturais são a matéria-prima da cidade e sua base de valores; seus ativos, substituindo o carvão, o aço ou o ouro. Criatividade é o método para explorar esses recursos e ajudá-los a crescer. A tarefa que os urbanistas têm é de reconhecer, administrar e explorar esses recursos, de modo responsável. (LANDRY, 2011, p.15)

Esses territórios são ambientes em que há congregação das atividades culturais, políticas e talentos. São cidades que estimulam a diversidade social, gerando empregos e conhecimento, a partir de seu potencial criativo, desenvolvendo sua economia de forma responsável e sustentável. Strickland diz que essas cidades também reconhecem que são parte do mundo “com uma responsabilidade compartilhada pelo bem-estar de seus clientes, seus recursos naturais e o futuro do próprio planeta” (2011, p. 51). De acordo com Landry:

Para ser criativa, a cidade requer milhares de mudanças de mentalidade, criando as condições para que as pessoas possam se tornar agentes de mudança, ao invés de vítimas dela, vendo a transformação como uma experiência vivenciada, não como um evento que não irá se repetir. (2011, p.14)

Nota-se que a economia criativa, associada à organização do espaço de forma racional e à valorização da criatividade dos membros do grupo, consegue reorganizar

composições e reestruturar cidades de forma sustentável e desenvolvimentista, sem excluir socialmente ou acentuar as desigualdades existentes.

Polo cinematográfico de Paulínia

Partindo dos apontamentos teóricos anteriores, cria-se a possibilidade de se pensar, neste trabalho, os movimentos culturais como oportunidade de estruturação de arranjos produtivos, que se utilizam da própria cadeia produtiva como base de relações econômicas eficientes. Utilizar-se de atividades criativas para constituir um sistema que viabilize o desenvolvimento pode ser entendido como o caminho para a organização econômica de determinados grupos e, até mesmo, para a edificação de cidades criativas. A criação audiovisual e a própria organização do processo são de elevado potencial criativo.

No artigo, será utilizada como objeto de estudo a experiência observada no Polo Cinematográfico de Paulínia, interior de São Paulo. Analisando a constituição desse polo, pretende-se avaliar a sua estruturação e a própria possibilidade de empregar a ideia de “*Hollywood Brasileira*” na criação de arranjos produtivos e parcerias adequadas que utilizem esse capital cultural visando desenvolvimento por meio da criatividade.

Paulínia é localizada no interior do estado de São Paulo e, de acordo com dados do último Censo Populacional feito pelo IBGE⁵, tem uma população de 82.146 habitantes. A cidade apresenta o 13º maior IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) do estado⁶, com o valor de 0,847. É importante apontar que esse dado é considerado elevado pelo PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e que, se levarmos em conta apenas a os índices educacionais, passa para o notável índice de 0,924. A economia da cidade é em larga escala ligada às refinarias de petróleo que ali estão instaladas. Paulínia tem, justamente por esse motivo, grande destaque no âmbito econômico, totalizando uma população urbana de 99,9%⁷. Tem um dos 25 maiores PIB *per capita* do país, ocupando a

⁵ Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=353650>>. Acesso em 6 julho de 2015.

⁶ Disponível em: <<http://apps.fiesp.com.br/regional/DadosSocioEconomicos/RankingIDH.aspx>>. Acesso em 6 julho de 2015.

⁷ Dado calculado pelos autores com base nos dados oficiais do IBGE, de 2010. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=29&uf=35>>. Acesso em 6 julho de 2015.

23º lugar, segundo dados⁸ divulgados pelo IBGE em 2010. Além disso, apresenta localização e posição estratégicas:

Em um raio de 200 km a partir de Paulínia estão: o porto de Santos, o principal da América Latina; as rodovias Bandeirantes, Anhanguera, Dom Pedro e Santos Dummont e o Aeroporto Internacional de Viracopos, servindo de elo entre a Grande São Paulo e cidades como Campinas e Piracicaba, formando o chamado Complexo Metropolitano Estendido, que ultrapassa os 29 milhões de habitantes, aproximadamente 75% da população do Estado inteiro. (PACHECO, 2008, p. 03)

Embora as primeiras discussões sobre a criação de um complexo cinematográfico e a compra dos terrenos tenham acontecido nos anos 1990, é no ano de 2005 que se oficializa a criação do *Projeto Magia do Cinema* pela administração municipal, durante a gestão do prefeito Edson Moura, e o intuito era levar à cidade um novo seguimento econômico-cultural. Tendo como base e inspiração experiências de outros países, a ideia era priorizar a produção audiovisual, a formação de um público consumidor de produtos culturais e a criação de um complexo que possibilitasse a fixação de Paulínia como principal polo cinematográfico nacional. As verbas oriundas do petróleo poderiam auxiliar o projeto, criando a chance de se organizarem arranjos criativos que mobilizassem os mais diversos atores sociais e parcelas da sociedade (PACHECO, 2008).

É válido frisar que foram criadas duas iniciativas para tentar ampliar a identificação da população local com o cinema e a própria fixação da cidade no âmbito cultural do país. A *Mostra Magia do Cinema* buscava a exibição de filmes nos mais diversos locais da cidade e o *Festival de Cinema de Paulínia*, uma renomada premiação que desde 2008 acontece no Teatro Municipal da Cidade, que contava com artistas, produtores e roteiristas de todo o país (MORAES, 2012).

Algumas iniciativas foram criadas como consequência da implantação. O projeto *Escola Magia do Cinema* foi criado com o objetivo de formar mão de obra qualificada, com cursos profissionalizantes, técnicos, especializações e cursos de curta duração. Já as iniciativas *Paulínia Stop Motion* e *Paulínia Film Commission* foram criadas,

⁸ Disponível em: <<http://www.portaldepaulinia.com.br/home/noticias-de-paulinia/cidade/18990-paulinia-esta-entre-os-25-maiores-pibs-per-capitas-do-brasil.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

respectivamente, para produção de animações com auxílio de jovens/crianças e para fazer o intermédio das produtoras com editais e com o setor governamental. Foi necessária a construção de um complexo para abrigar todos esses projetos. De acordo com matéria publicada no site da Folha de São Paulo⁹, o projeto inicial seria estimado em um gasto total R\$ 2 bilhões. Também de acordo com dados divulgados por matéria publicada pelo Portal G1¹⁰, já foram investidos cerca de R\$ 490 milhões de reais no empreendimento.

A administração do complexo foi concedida, por meio de edital, a uma empresa privada que zelaria pelo local e pela manutenção da estrutura. Nos últimos anos, pode-se perceber por leituras de matérias publicadas nos sites anteriormente citados que existe uma briga judicial entre os atores envolvidos no processo¹¹. Além disso, no ano de 2012, o *Festival de Cinema de Paulínia* foi cancelado pelo então prefeito José Pavan Júnior¹². As escolas ligadas ao cinema foram desativadas e a cidade se distanciou da promessa de se tornar o centro cinematográfico nacional.

No final de 2013 a prefeitura anunciou, sob o comando de Edson Moura Júnior (filho de Edson Moura e que assumiu devido à decisão judicial após a destituição de Pavan Júnior¹³), a retomada do *Festival de Cinema de Paulínia*¹⁴, que teve uma versão enxuta em dezembro de 2013 e outra internacional em junho de 2014. Em 2014 a prefeitura publicou dois editais que destinariam R\$ 8,9 milhões à produção de filmes de longa e de curta-metragem, com o objetivo de aumentar as atividades no Polo¹⁵.

Em março de 2014 o Ministério Público denunciou casos de irregularidades envolvendo a gestão de Edson Moura, idealizador do projeto, entre o período de 2005 a

⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/81266-apos-declinio-polo-cinematografico-de-paulinia-e-retomado.shtml>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹⁰ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2013/05/polo-de-cinema-de-paulinia-que-custou-r-490-milhoes-esta-parado.html>> Acesso em 6 julho de 2015.

¹¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2013/05/restaurante-do-polo-de-cinema-de-paulinia-esta-abandonado-ha-9-anos.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹² Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1078063-polo-cinematografico-de-paulinia-sofre-com-descaso.shtml>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2013/06/juiza-de-paulinia-cassa-pavan-jr-por-uso-indevido-de-jornais-em-campanha.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2013/12/versao-enxuta-do-festival-de-cinema-de-paulinia-comeca-nesta-quarta-feira.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹⁵ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2014/02/editais-de-r-89-milhoes-reativam-o-polo-cinematografico-de-paulinia-sp.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

2008¹⁶. Em uma delas o ex-prefeito foi acusado de usar dinheiro público para viajar acompanhado de uma funcionária da prefeitura, em 2005, para as cidades francesas de Cannes, Nice e Paris, com passagem pelo Principado de Mônaco, tendo utilizado mais de sessenta mil reais. Moura justificou que a viagem tinha interesse público, pois a intenção era buscar inspiração no *Festival de Cannes* e nos estúdios de Paris para implementar o Polo Cinematográfico de Paulínia. Em 2015, a prefeitura - novamente sob o comando de Pavan Júnior após decisão do Tribunal Superior Eleitoral – decidiu suspender mais uma vez o *Festival de Cinema* e também o edital anunciado em 2014, alegando crise financeira e contratos irregulares¹⁷.

Mensurando o potencial criativo

Para conseguir estabelecer um parâmetro métrico entre criatividade e desenvolvimento socioeconômico, é necessário avaliar não somente os resultados econômicos da criatividade, mas também o ciclo de atividade criativa por meio da interação de quatro formas de capital – social, cultural, humano e estrutural ou institucional (UNCTAD, 2010).

Coletividade, bem estar social e engajamento público são elementos que constituem o capital social, um dos pilares do potencial criativo. Eles são fundamentais, pois garantem um cenário favorável para o surgimento da criatividade tanto individual, quanto coletiva. Cooperação, reciprocidade, aceitação da diversidade, respeito aos direitos humanos, participação política, voluntariado – são exemplos que indicam um capital social satisfatório, e seus aumentos geram, por consequência, desenvolvimento deste capital. Segundo o relatório:

No nível básico, a economia criativa inclui atividades culturais que podem ser importantes na ligação de grupos sociais nas comunidades e na contribuição da coesão social. Frequentemente, as comunidades que sofrem com tensões sociais e conflitos de vários tipos podem ser unidas

¹⁶ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2014/03/mutirao-do-mp-denuncia-8-casos-de-suspeita-de-irregularidade-em-paulinia.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

¹⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2015/02/por-crise-financeira-paulinia-decide-suspender-festival-de-cinema.html>>. Acesso em 6 julho de 2015.

por meio da participação compartilhada em rituais culturais. Iniciativas como programas artísticos comunitários constroem capital social ao estimular a habilidade e motivação das pessoas em se envolverem na vida da comunidade e ao inculcar habilidades que podem ser utilmente empregadas nas indústrias criativas locais. Além disso, a atividade criativa é comprovadamente importante para a saúde e o bem estar psicológico de um indivíduo. (UNCTAD, 2010, p. 24)

É possível afirmar que um ambiente possui o capital humano, outro pilar do desenvolvimento da economia criativa, quando ele facilita os intercâmbios culturais e as trocas de conhecimento e habilidades entre membros da sociedade. São caminhos para atingir esses objetivos a criação e manutenção de planos na área da educação, visando trazer sabedoria profissional para o ambiente em questão e elaborar medidas para construção de centros de conhecimento.

O capital cultural refere-se às atividades e qualidades relativas à cultura, artes e criatividade no cotidiano de um grupo social. Três aspectos são levados em conta neste parâmetro: o comprometimento das instituições públicas com o desenvolvimento cultural e artístico; a preocupação com normas e valores relacionados a esses assuntos e à propriedade intelectual; e o nível de participação cultural da sociedade em questão.

Por fim, um dos capitais necessários para gerar um potencial criativo é o institucional, ou estrutural. Este parâmetro é importante, pois seu funcionamento ideal garante a distribuição e utilização dos outros capitais. É possível medir este capital por meio da avaliação de fatores como infraestrutura das tecnologias da informação e comunicação, infraestrutura social, o sistema legal vigente no território em questão, corrupção, liberdade de expressão, serviços comunitários, políticas de financiamento e promoção do empreendedorismo. Os elementos-chaves em qualquer projeto que vise a moldar uma estratégia de longo prazo para a economia criativa devem envolver ações interdisciplinares e colaborativas, a fim de assegurar que instituições, estruturas regulatórias e mecanismos de suporte sejam colocados em vigor para sustentar o fortalecimento das indústrias criativas (UNCTAD, 2010).

Tendo em vista os parâmetros levantados e relacionando-os à experiência do Polo Cinematográfico de Paulínia, algumas constatações podem ser feitas. O satisfatório IDH conquistado pela cidade indica um ambiente favorável à existência de um capital humano

necessário para a estruturação de arranjos produtivos, e a intenção do projeto em não só qualificar profissionais na cidade, mas também em trazer mão de obra produtiva de outros mercados e regiões para Paulínia corrobora com itens deste capital: a construção de centros de conhecimento e a mobilidade populacional.

A intencionalidade do projeto em ampliar a identificação da população local com o cinema, relacionada não só ao capital humano, mas também ao social, não tem sido contemplada. Para Pacheco, “a comunicação dirigida para divulgar o Polo não atinge as camadas mais humildes, que imaginam que tudo o que está sendo construído e oferecido não é para sua apreciação, não veem ali uma oportunidade de emprego e de carreira” (2008, p. 10). Com o sentimento de identificação prejudicado desde a fase de implementação, a consolidação de Paulínia como uma Cidade Criativa fica igualmente prejudicada, uma vez que para atingir esta condição, tal identificação é essencial. O desenvolvimento do capital cultural no município foi contemplado na elaboração de projetos complementares, observado na *Mostra Magia do Cinema* e o *Festival de Cinema de Paulínia*, mas a falta de estabilidade dentro das políticas públicas e dos editais governamentais acabou por prejudicar a adesão das potencialidades pela própria população.

Nota-se, portanto, que o talvez capital mais frágil seja o institucional, pois, apesar do complexo ter sido construído, o projeto passou por períodos sem avanços em partes graças a embates jurídicos entre as instituições envolvidas e trocas de prefeitos. Irregularidades envolvendo verba pública no período que antecedeu a implementação também dificultam a consolidação do Polo. O cancelamento de editais de investimentos afeta as políticas de financiamento, outro componente importante do capital institucional. Com este capital fragilizado, todos os outros ficam comprometidos.

Considerações finais

Para uma cidade avançar em direção às mudanças geradas pela lógica criativa, são necessários investimentos nos mais diversos campos culturais, na história de cada cidade, nos mais diversos bairros, sempre buscando gerar na população um sentimento de identidade - e são esses os caminhos para que uma determinada região possa formar e atrair

o que é chamado de “classe criativa”, atingindo uma lógica urbana que vença as dificuldades estruturais e que incentive a melhoria da qualidade de vida da população por meio de arranjos produtivos locais. (REIS; URANI, 2011).

Pode-se constatar que o projeto e a própria cidade de Paulínia preocupam-se em constituir um modelo com potencial criativo. Nota-se a existência de edificações e de planos já implantados visando esse desenvolvimento econômico. Landry (2011) defende, no entanto, que uma infraestrutura criativa deve levar em conta não apenas a dimensão física – como edifícios e ruas –, mas também a mental. Para o autor, isso que determinará como a cidade lida com oportunidades e problemas. As dificuldades de integração dos atores envolvidos, os problemas relacionados, principalmente, ao capital institucional, e a falta de envolvimento local fizeram com que, até o momento, as expectativas iniciais não fossem atingidas, impedindo a classificação de Paulínia como uma real cidade criativa.

O fato da cultura cinematográfica e da produção audiovisual não fazerem parte da história da cidade antes da implementação do projeto pode ser um dos motivos que explicam essa falta de envolvimento da população: o Polo foi inspirado em experiências de outros países, o que faz dele um plano econômico não estruturado nas origens culturais da localidade, fundamental para caracterizar uma cidade criativa (LANDRY, 2011; PARDO, 2011).

Não são simples os requisitos e os esforços necessários para esses fins. Múltiplos fatores devem ser levados em conta, e uma colaboração interdisciplinar é fundamental. As observações na experiência do Polo em Paulínia não poderão ser replicadas de maneira simples para outros casos, justamente por depender de contextos como os sociais, econômicos, culturais e históricos específicos do local. No entanto, as verificações podem elucidar a compreensão de experiências semelhantes e contribuir no entendimento e elaboração de novos arranjos produtivos. Pensar em um modelo de economia criativa pode alterar a estruturação das próprias cidades e o papel dos próprios habitantes de uma localidade, em busca de um desenvolvimento econômico e cultural adequados.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max; **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BENDASSOLLI, Pedro. F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina de. **Indústrias criativas**: definição, limites e possibilidades. RAE, v. 49, n. 1, p. 10+, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>>. Acesso em 6 julho de 2015.

LANDRY, Charles. Prefácio. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). **Cidades Criativas** – Perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions. 2011. p. 1-15.

MORAES, Julio Lucchesi. **Cultura e transformação urbana**: avaliando o caso de paulínia. Temas de economia aplicada. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. 2012.

PACHECO, Camila Caprini de Campos. **Paulínia**: investimento público em cinema como propulsor cultural, social e econômico. Extraprensa. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-17, 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/74363>>. Acesso em 6 julho de 2015.

PARDO, Jordi. Gestão e Governança nas Cidades Criativas. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). **Cidades Criativas** – Perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions. 2011. p. 84-93.

REIS, Ana Carla Fonseca; URANI, André. Cidades criativas - perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). **Cidades Criativas** - Perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions. 2011. p. 30-37.

STRICKLAND, Bill. Cidade Criativa. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). **Cidades Criativas** – Perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions. 2011. p. 51-53.

TREMBLAY, Gaëtan. Desde la teoría de las industrias culturales: evaluación crítica de la economía de la creatividad. In: E. BUSTAMANTE (Org.); Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital. p.49-80, 2011. Barcelona: Gedisa.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010**. Tradução Fundação Itaú Cultural. 2012. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em 6 julho de 2015.

ZALLO ELGUEZABAL, Ramón. **Necessidad de una economía de la cultura y la comunicación. Estructuras de la comunicación y de la cultura**: políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa, 2011. p. 148-178.