

O PÓLO CINEMATOGRAFICO DE PAULÍNIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL NA HISTÓRIA DA ARTE

Cleber Fernando Gomes¹

Este trabalho de pesquisa faz parte de um estudo de mestrado sobre o Pólo Cinematográfico da cidade de Paulínia, localizada no interior do Estado de São Paulo. O objetivo principal é fazer um levantamento da história desse Pólo Cinematográfico que já contribuiu para a produção de diversos bens culturais para o Brasil e o mundo. Nesse caso, é importante destacar que já foram realizados mais de quarenta filmes brasileiros, além de cinco Festivais de Cinema, contando com destaques internacionais sobre o resultado de alguns filmes e festivais realizados no espaço do Pólo Cinematográfico de Paulínia.

O reconhecimento como Patrimônio Cultural é observado pelas contribuições à História da Arte, uma vez que já ocorreram diversas indicações à vários prêmios nacionais e internacionais de obras cinematográficas produzidas no espaço do Pólo Cinematográfico de Paulínia. A relevância desse patrimônio brasileiro de produção em obras de artes audiovisuais também é notada através do campo educacional existente no Pólo Cinematográfico de Paulínia, como por exemplo: a Escola Magia do Cinema, e a escola Paulínia Stop Motion, ambas com conteúdo na formação das artes do cinema, direcionadas para as técnicas de pré-produção, produção e pós-produção de filmes e atuação de atores.

Na História da Arte é essencial o registro desses espaços de produção de bens culturais, porque fomentam e valorizam obras de arte regionais que conseguem romper as fronteiras locais, regionais, nacionais e internacionais, contribuindo para um acervo mundial de expressões artísticas dos mais variados formatos e modalidades. Podemos observar que os diversos filmes produzidos no espaço do Pólo Cinematográfico de Paulínia, apresentam elementos visuais em planos e perspectivas que valorizam o fazer artístico no tempo e espaço, contribuindo assim para uma diversidade de percepções visuais das imagens em movimento.

Ainda podemos ressaltar que as técnicas artísticas materializadas nas obras cinematográficas produzidas no Pólo Cinematográfico de Paulínia, mais uma vez, conseguiram romper as fronteiras artísticas, com suas composições equilibradas e harmoniosas, oferecendo aos espectadores ao redor do mundo, experiências singulares através de uma estética e poética genuinamente brasileira, construindo assim, uma relação com diversos elementos no suporte cinematográfico.

¹ Sociólogo, mestrando em História da Arte pela Universidade Federal de São Paulo/UNIFESP, com bolsa de pesquisa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo/FAPESP. Pós-Graduação em Artes Visuais, Intermeios e Educação pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas/UNICAMP, e Pós-Graduação em Estudios Culturales pelo Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-CLACSO/Argentina. Possui formação complementar em Sociologia da Cultura e História do Cinema Brasileiro, pela UNICAMP.

As experiências resultantes dos produtos audiovisuais realizados dentro do Pólo Cinematográfico de Paulínia, podem reforçar a necessidade da existência desse complexo cinematográfico ser reconhecido como Patrimônio Cultural. Planejado pela Secretaria Municipal de Cultura da cidade de Paulínia e inaugurado no ano de 2008, o complexo do Pólo Cinematográfico conta com uma estrutura física que compõe: quatro estúdios, casa motorizada (*motor-home*), escritórios temporários, camarim móvel (*trailer*), um teatro municipal para realização de diversos eventos, um escritório de *film commission*, além das duas escolas supracitadas.

Dessa forma, ao contextualizar o Pólo Cinematográfico de Paulínia, observamos que o objeto de estudo se figura como um fenômeno artístico que está inserido dentro de uma sociedade capitalista complexa e dinâmica. O Pólo Cinematográfico de Paulínia como produtor de filmes, escola de cinema, espaço para eventos e negócios, tem em sua estrutura o poder de gerar bens culturais para o Brasil, além de valorizar o fazer cinematográfico, podendo aderir ao conceito *soft power*².

No livro “*Mainstrem – a guerra global das mídias e das culturas*”, de Frédéric Martel, observamos que com o fenômeno da globalização as influências não se materializam apenas pela força militar, econômica e industrial, segundo Joseph Nye, vice-ministro da defesa no governo de Bill Clinton (EUA), a cultura passa a ser um recurso indispensável para se sobressair em um mundo de “interdependência complexa” das interações sociais. Nye destaca que “o *soft power* é a atração, e não a coerção”, ou seja, o objetivo dos EUA deve estar centrado também na obtenção e garantia do poder através da difusão dos bens culturais produzidos em seu país, principalmente a produção vinda de *Hollywood*³

No Brasil, o conceito de *soft power* já foi defendido politicamente por Marta Suplicy⁴ quando estava no Ministério da Cultura. A importância de criar estratégia para fortalecer o país em diversos setores, seja econômico, político, cultural, é imprescindível em um mundo cada vez mais globalizado. A produção cinematográfica brasileira poderá exercer um papel fundamental, desse modo, podemos observar e fazer possíveis comparações com a própria história da produção industrial de *Hollywood*.

Esse conceito de *soft power* defendido pelo cientista político de *Harvard*, ex-funcionário do governo dos EUA, pode levar a uma reflexão sobre o fenômeno da reprodutibilidade técnica exposta por Walter Benjamin (1985), no seu ensaio “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”. Nesse caso, o cinema como arte política contribui para um pensamento materialista da vida social, tornando uma esperança extraordinária de mudanças e revoluções.

A possibilidade de reprodutibilidade técnica do cinema não está na condição de distribuição em massa do filme, mas passa a ser fundamental porque a sua produção técnica tem um custo tão elevado que o filme

² MARTEL, 2012, p.12.

³ MARTEL, 2012, p. 12

⁴ SUPLICY, 2013

ficaria restrito a uma classe social mais abastada, o que limitaria os lucros. Sendo assim, com a reprodutibilidade técnica do cinema, é essencial fazer uma difusão ampla e rápida para que o custo desse produto cinematográfico compense a sua produção e a grande massa passa a se beneficiar dessas obras de arte, sejam clássicas, *cult*, ou populares, tendo acesso aos conteúdos e temas, inclusive, ideológicos, políticos e culturais.

Ao mesmo tempo em que o cinema se expande positivamente na cultura de massa, oferecendo acesso a arte cinematográfica para diversas pessoas, ele também é objeto de crítica e reflexão por ser um produto da indústria cultural. E o cinema realizado no Pólo Cinematográfico de Paulínia não foge à regra, porque também é um produto da indústria cultural e “está sujeito à formação da consciência de seus consumidores”⁵. Observamos em Adorno uma ênfase em não subestimar as influências da indústria cultural porque ela exerce um papel social e merece ser contestada em suas qualidades e verdades. Para Theodor Adorno a arte como fenômeno social tem suas consequências sociais e merece ser objeto de reflexão porque dentro do contexto da indústria cultural ela desenvolve e atua na “economia psíquica das massas”.

A crítica de Adorno a indústria cultural é um interessante objeto de discussão, porém, não podemos condenar os produtos culturais com base somente ao fenômeno mercadológico, existe nesses produtos uma memória histórica de uma sociedade complexa e em constante transformação. Para Ismail Xavier⁶, mesmo o cinema sendo um objeto da indústria cultural, incluindo o cinema moderno brasileiro, essa arte é composta por uma “pluralidade de tendências”. Para o autor a prática do cinema cria “instância de reflexão e crítica” em diversas partes do mundo, vitalizando a cultura. Desse modo, entende-se que em um Pólo Cinematográfico há produções diversificadas de filmes que vão se inserir no âmbito social, influenciando as consciências coletivas.

Embora o cinema seja um objeto de reflexão crítica e uma mercadoria com seus valores disponíveis na sociedade capitalista, considera-se também que o cinema é um objeto importante do Patrimônio Cultural do Brasil. Para tanto, os pesquisadores Paulo Funari e Sandra Pelegrini, vão salientar que a preservação do Patrimônio Cultural na América Latina, pode ser uma forma de desenvolvimento sustentável para as cidades que possuem centros culturais. Dentro desse contexto, é possível entender que um Pólo Cinematográfico é considerado um centro cultural porque produz bens culturais materiais e imateriais, e consegue abrir um diálogo sobre a vida coletiva de um povo. De acordo com os autores “a definição de patrimônio passou a ser pautada pelos referenciais culturais dos povos, pela percepção dos bens culturais nas dimensões testemunhais do cotidiano e das realizações intangíveis”⁷.

⁵ ADORNO, 1978, p. 291

⁶ XAVIER, 2001, p.14-15

⁷ FUNARI & PELEGRINI, 2006, p.29-32

Conseqüentemente esses bens culturais também estão ligados aos dados econômicos dos países, uma vez que as atividades culturais geram direta e indiretamente diversos recursos financeiros, além de postos de trabalho e mão de obra especializada. Esse fenômeno inerente a cultura fílmica também traz reflexões sobre a indústria cinematográfica – um setor econômico e cultural que tem gerado números extraordinários – principalmente quando colocamos em questão e em comparação com os dados estatísticos da história dos grandes estúdios de *Hollywood*.

O Brasil também faz parte dessa história, porque contribui diretamente com as bilheterias dos filmes estrangeiros, principalmente os norte-americanos. Segundo relatório apresentado pela ANCINE⁸, através da Superintendência de Análise de Mercado (SAM), no ano de 2014 o cinema estrangeiro foi responsável por 87,8% do público total das salas de cinema no Brasil, em contraposição aos 12,2% do próprio cinema brasileiro.

É interessante observar que esse fenômeno da difusão e ocupação dos filmes *hollywoodianos* em salas de cinema do Brasil já era notado desde a década de 1920, conforme destaca Arthur Autran em sua tese de doutorado em Multimeios na Unicamp: “na indústria do filme, o Brasil ainda dorme envolto em faixas sem saber balbuciar uma palavra, e no comércio de exibições é um dos grandes importadores a enriquecer fábricas estrangeiras”⁹.

Mesmo antes do decênio de 20, Autran destaca matérias jornalísticas que salientavam o poder de *Hollywood* sobre a cultura cinematográfica brasileira. O autor ressalta que de 1909 a 1920, houve publicações no jornal carioca Gazeta de Notícias, e no jornal paulista O Estado de São Paulo, sobre um pensamento industrial cinematográfico comparando a concorrência das produções estrangeiras (EUA) com as produções brasileiras¹⁰.

Essa realidade nada confortável e lucrativa para o Brasil, nos mostra um cenário crítico para o cinema nacional, porque demonstra que o povo brasileiro está contribuindo muito mais para o cinema norte-americano, e conseqüentemente consumindo muito mais produtos de sua cultura. Embora essa seja a realidade de muitos outros países na América e demais continentes, o cinema brasileiro tem como melhorar essa situação, alavancando os índices estatísticos sobre o público de seus próprios filmes, nas salas do país.

Contudo, as estratégias de produção e participação do cinema nacional, nos moldes da indústria *hollywoodiana*, já foram testadas e colocadas em prática desde o final da década de 1940, quando surge no cenário brasileiro a Companhia Cinematográfica Vera Cruz. Nas pesquisas de Maria Rita Galvão, observamos que a Vera Cruz conseguiu atingir a técnica necessária: “sob o ponto de vista técnico, a Vera

⁸ BRASIL, 2015

⁹ AUTRAN, 2004, p.02

¹⁰ AUTRAN, 2004, p.01-10

Cruz começou a fazer exatamente o cinema que na época se reclamava para o Brasil: o filme de boa qualidade, certinho. O salto que se deu em relação ao cinema anterior foi realmente extraordinário”¹¹.

Assim, apontando o lado positivo da tentativa de industrialização do cinema brasileiro pela Companhia Vera Cruz, Carlos Augusto Calil, destacou outro ponto importante: “ela provou que o cinema brasileiro poderia conquistar o público interno, de alto a baixo, sem segmentações (...) seus filmes foram bem lançados e o mercado correspondeu aos investimentos de publicidade”¹².

A partir da experiência cinematográfica da Vera Cruz, e anteriormente, de outras ações realizadas por entusiastas do cinema brasileiro, como no caso da Atlântida Cinematográfica, fundada em 1941, voltada para filmes mais populares – a produção de filmes no Brasil em alguns casos e determinados períodos históricos (estúdios da Vera Cruz e da Atlântida) esteve direcionada para conseguir atingir uma produção industrial.

Diante desses fatos históricos, o Pólo Cinematográfico de Paulínia também surge com objetivos parecidos, porém muito mais ambiciosos. Podemos observar que o complexo de entretenimento projetado para a cidade de Paulínia, está localizado em uma área total de 2,5 milhões de m², tendo um orçamento total de R\$ 2 bilhões previstos para sua conclusão até o ano de 2023 (o prazo pode ser reduzido se houver investimentos privado), sua estrutura foi projetada para concentrar 18 km de monotrilho (sendo três dentro do próprio complexo), 2 parques temáticos, 1 parque aquático, além de 5 hotéis (com mil apartamentos no total)¹³.

No Brasil não temos uma indústria cinematográfica consolidada. Segundo Autran, “o cinema brasileiro é algo descontínuo (...) nunca conseguiu se industrializar efetivamente, limitando-se a alguns surtos de produção”¹⁴. Essa tendência contrária a industrialização do setor cinematográfico no Brasil é resultado de um pensamento político e ideológico que predominou por alguns períodos e/ou ciclos no país - “a confusão ideológica entre cultura e mercado chegou a tal ponto que marcou a própria estrutura da Embrafilme”¹⁵. Se por um lado esse pensamento negativo a industrialização sempre prejudicou a expansão da produção fílmica, em contraponto criou-se espaço fecundo para “o desenvolvimento das ideias sobre cinema independente”¹⁶.

Esses estudos pragmáticos em padrões globais envolve uma discussão interessante sobre a produção fílmica ao redor do mundo, uma vez que traz para o debate novas perspectivas e aspectos comparativos importantes para entendermos o nosso próprio modo de produção de filmes e difusão dos nossos bens culturais, além dos nossos Patrimônios Culturais. Para tanto, é preciso contextualizar a história de outros cinemas, além de colocar em debate as diferenças de linguagem, poéticas e estéticas cinematográficas dentro do nosso próprio

¹¹ GALVÃO, 1981, p.133

¹² CALIL, 1987, p.23

¹³ MAGENTA, 2012

¹⁴ AUTRAN, 2009, p.02

¹⁵ AUTRAN, 2008, p.352

¹⁶ GALVÃO, 1980, p.13

país. No Brasil, temos uma diversidade cinematográfica que compõe um conjunto de obras de arte que formam o nosso conteúdo e patrimônio cultural na área do cinema.

Em comparação ao estilo hollywoodiano, podemos alegar hipoteticamente que o Brasil está conseguindo construir após a retomada do cinema nacional na década de 1990, um *star system* e um *studio system*, mesmo que estes estejam vinculados ao monopólio de uma única empresa de entretenimento e comunicação, no caso, a Rede Globo de televisão e sua extensão, a Globo Filmes.

Segundo Jean-Claude Bernardet, “isolar o cinema brasileiro das outras cinematografias tem consequências metodológicas não necessariamente benéficas”¹⁷. Nesse sentido, é válido se beneficiar das produções realizadas pela Globo Filmes, uma vez que a empresa possui um complexo de comunicação e difusão que consegue atingir milhões de espectadores no Brasil e no mundo.

Porém, vale ressaltar que novas políticas de incentivos faz se necessário para que novas produções cinematográficas possam ter condições de entrar no circuito de distribuição e exibição, contribuindo para a difusão cultural, além da diversidade de obras – “leis de incentivo, quotas, estratégias de marketing, produção de gêneros populares nacionais, assim como a promoção internacional de produtos culturais”¹⁸.

Toda essa diversidade de produções fílmica podemos encontrar no histórico do Pólo Cinematográfico de Paulínia, que conseguiu atrair diferentes produções, inclusive parte do *star system* da própria Globo Filmes. As estratégias de negócio da Globo Filmes podem ser comparadas as estratégias da indústria *hollywoodiana* que conseguiu se firmar como um complexo poderoso de produção e distribuição dos seus filmes. Sabemos que a indústria de *Hollywood* domina o mercado de filmes no seu próprio país e no restante do mundo. De acordo com Arthur Autran¹⁹, *Hollywood* conseguiu criar uma estratégia de dominação no mercado cinematográfico – muito se deve, em parte, ao apoio de políticas governamentais, principalmente após a I Guerra Mundial, afastando os concorrentes europeus, deixando evidente que existe uma diferença essencial nas estruturas industriais existentes nos países com cinematografias desenvolvidas – realidade muito diferente do que encontramos no Brasil.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1978.

AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. Tese (doutorado). Instituto de Artes / Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 2004. Acessado em 12/12/2014. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000349566>

¹⁷ BERNARDET, 2004, p.134

¹⁸ MELEIRO, 2007, p.15

¹⁹ AUTRAN, 2004, p.04-05

_____. **O Pensamento Industrial Cinematográfico Brasileiro: Ontem e Hoje.** Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR. 4 a 7 de setembro/2009. Acessado em 09/12/2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1643-1.pdf>

_____. **O pensamento industrial cinematográfico em tempos neoliberais (1990-1993).** In: Hamburger, Esther, Org.; Souza, Gustavo, Org.; Mendonça, Leandro, Org.; Amancio, Tunico, Org. Estudos de Cinema. São Paulo: Ed. Annablume; FAPESP; Socine, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** In: Obras Escolhidas I. Editora Brasiliense. São Paulo, 1985.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro: metodologia e pedagogia.** São Paulo: Ed. Annablume, 2004.

CALIL, Carlos Augusto. **A Vera Cruz e o mito do cinema industrial.** In: Projeto Memória Vera Cruz. São Paulo, Secretaria de Estado da Cultura / Museu da Imagem e do Som, 1987.

BRASIL. ANCINE. **Informe de Acompanhamento do Mercado.** Distribuição em Salas de Exibição. Informe Anual 2015. Superintendência de Análise de Mercado – SAM. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA, 2015. Acessado em 10/02/2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br>

FUNARI, Paulo; PELEGRINI, Sandra C. A. **Patrimônio histórico e cultural.** Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2006.

GALVÃO, Maria Rita. **O desenvolvimento das ideias sobre cinema independente.** In: 30 anos de cinema paulista, 1950-1980. São Paulo: Cinemateca Brasileira, Cadernos da Cinemateca (4), 1980, p.13-23.

_____. **Burguesia e cinema: o caso Vera Cruz.** Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1981.

MAGENTA, Matheus. **Após declínio, polo cinematográfico de Paulínia é retomado.** Folha de São Paulo, 2012. Acessado em 05/02/2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1193983-apos-declinio-polo-cinematografico-de-paulinia-e-retomado.shtml>

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MELEIRO, Alessandra. **Cinema no mundo: indústria, política e mercado: América Latina.** São Paulo: Ed. Escrituras, 2007.

SUPLICY, Marta. **O “soft power” brasileiro.** São Paulo: Jornal Folha de S. Paulo – Opinião, 24fev, 2013. Acessado em 10/02/2015. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/95343-o-quotsoft-powerquot-brasileiro.shtml>

XAVIER, Ismail. **Cinema Brasileiro Moderno.** São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2001.