

Redes sociais na produção de filmes da “Novíssima Onda Baiana”

Elizabeth Loiola¹

Carmen Lúcia Castro Lima²

RESUMO: Partindo do pressuposto de que ações econômicas estão imersas em redes de relações sociais, este artigo analisa as redes sociais de um conjunto de agentes envolvidos na produção de filmes na Bahia. Uma das características da produção cultural é sua realização por projeto, o que demanda captação e articulação de recursos no mercado. Em sistemas de produção dessa natureza, laços sociais e papéis desempenhados por cada ator parecem explicar a capacidade de mobilização dos recursos necessários e sua utilização. Para investigar tais suposições, o método de redes sociais foi utilizado no mapeamento de atores sociais e seus papéis em um conjunto de 31 filmes produzidos na Bahia, entre 1994 e 2006. Com base no software UCINET, foi construída a matriz de interações entre os participantes das 31 películas, e foram identificados seus papéis de conectores centrais e de corretores de informação na rede. Além dos papéis categóricos, analisaram-se ainda centralidade, cliques e a densidade da rede.

PALAVRAS-CHAVE: redes sociais, atores sociais, laços sociais, papéis, produção de filmes

Social networks in film producing from the “Novíssima Onda Baiana”

ABSTRACT: Assuming that economic actions are embedded in social networks, this article examines the social networks of a range of actors involved in film making in Bahia. One of the characteristics of cultural production is its implementation by project, which requires resources funding and coordination in the market. In production systems of this nature, social ties and roles played by each actor seem to explain the ability to mobilize the necessary resources and their use. To investigate these assumptions, the method of social networking was used in the mapping of social actors and their roles in a series of 31 films produced in Bahia, between 1994 and 2006. Based on the software UCINET, a matrix of interactions was constructed between participants from 31 films, identifying their roles as central connectors and information brokers of information on the network. Besides the categorical roles, also the centrality, clicks and density of the network were analyzed

KEYWORDS: social network; social actors; social ties; roles; films making.

¹ Professora Adjunta da Universidade Federal da Bahia. E-mail: beloi@ufba.br

² Doutoranda da Universidade Federal da Bahia; professora da Universidade do Estado da Bahia e Universidade Católica de Salvador. E-mail: lima-carmen@uol.com.br

1. Introdução

A indústria de cinema norte-americana é hegemônica tanto em seu mercado interno como nos principais mercados externos. Em 2006, foi a primeira classificada no mundo em termos de renda, e segunda em público, sendo superada em número de público somente pela indústria cinematográfica indiana. O indicador *de market-share* dos filmes nacionais no mercado interno também espelha sua força: 96,0%, em 2006. Em um conjunto de 30 países que representam os maiores mercados de cinema no mundo, ao lado da posição dos EUA, apenas Irã, Turquia, Índia, China, Coreia do Sul, Japão e Paquistão³ detêm *market-shares* acima de 50% para seus filmes nacionais. O filme brasileiro absorveu, tão somente, 11,1% do mercado total, ainda em 2006 (FILME B, 2009).

Continuando com o olho no mercado interno, em 2008, o público de filmes nacionais nos Estados Unidos da América do Norte foi da ordem de 1,36 bilhões de pessoas, o que representou uma ligeira queda de quase 3% em relação ao de 2007 (1,40 bilhões de pessoas). A redução de público entre 2008 / 2007 pode, todavia, ser quase que totalmente creditada à queda de público de filmes estrangeiros, perto de 38%, enquanto a audiência a filmes nacionais caiu menos de 1%. Embora a frequência média tenha registrado uma leve queda de 4,6 ingressos por habitantes, em 2007, para 4,5, em 2008, o crescimento de 4,4% do valor do ingresso em igual período elevou a uma taxa de 1,7% a receita de bilheteria da indústria de US\$ 9,63 bilhões, em 2007, a US\$ 9,79 bilhões, em 2008. Entre 2001 e 2008, a receita de bilheteria da indústria norte-americana de filmes cresceu 20,4%, de US\$ 8,13 bilhões para US\$ 9,79 bilhões (FILME B, 2009).

Dados referentes a fontes externas de receita somam-se aos antes mencionados,

³ De acordo com FILME B (2009), em 2006, o *market-share* de filmes locais no Irã foi de 99,0%, na Índia, 95,0%, nos EUA, 92,9%, na Coreia do Sul, 64,2%, na China, 55,3%, no Japão, 53,2% e na Turquia, 51,4%, enquanto o Brasil ficou na 23^o colocação com 11,07%. Já o Ranking de países por ingresso per capita, no mesmo ano, foi: Islândia (5,2), EUA (4,8), Austrália (4,0), Nova Zelândia (3,8), Índia (3,7), ficando o Brasil com a 52^o colocação, com 0,5 ingresso per capita. Quanto ao público total, também em 2006, o primeiro colocado foi a Índia com 3.997,0 milhões de pessoas, seguida pelos EUA com 1.449,0 milhões de frequentadores, vindo a seguir por ordem decrescente de importância: França (188,7 milhões de pessoas), China (176,2 milhões de pessoas), México (165, 5 milhões de pessoas), Japão (164,3 milhões de pessoas) e o Brasil, que se posicionou em 14^o lugar com 90,3 milhões de pessoas. Em relação à renda em US\$ milhões, observam-se modificações nos rankings. Os EUA ocupam o primeiro lugar com US\$ 9.400, o Japão vem em segundo lugar com US\$ 1.700,00, o Reino Unido aparece em terceiro lugar com US\$ 1.500,00, seguindo-se a França, Índia e Coreia do Sul com US\$ 1.478,00, 1.399,00 e 1.100,00, respectivamente.

reforçando evidências sobre a hegemonia do cinema norte-americano e, simultaneamente, evidenciando o sucesso de estratégias mobilizadas pelos seus grandes *players* no sentido de enfrentar o crescente aumento de custos de produção ao lado da redução de receitas no mercado interno. Se em 1985, 75% da arrecadação de filmes norte-americanos provinha do mercado interno, já em 1988 essa relação se inverte, com o mercado internacional passando a ser a maior fonte de divisas, situação essa que se mantém e culmina em 2008 com o mercado internacional respondendo por 65% das divisas geradas e o mercado doméstico por apenas 35% (FILME B, 2009).

Não existe nos EUA órgão federal centralizador da regulação audiovisual, apesar de o governo considerar o setor prioritário, canalizando para a atividade cinematográfica investimentos em todos os seus elos de produção, de distribuição e de exibição. A indústria se auto-organizou em entidades representativas de grande influência, dentre as quais se destacam a Motion Pictures Association of America (MPAA), que junta os sete maiores estúdios e defende seus interesses econômicos e políticos, interna e externamente, e a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood, que criou um dos prêmios de maior influência mundial, o Oscar (FILME B, 2009).

A manutenção da hegemonia da indústria norte-americana de filmes tem sido acompanhada, desde o final da década de 1960, por expressivas transformações em suas estruturas de mercado e formas de organização, difundidas rapidamente pelo mundo. Na indústria cinematográfica brasileira, há evidências dessas transformações em estruturas de mercado, tecnologias, instituições, papéis dos atores e suas interações (EARP; SROULEVICH, 2008; MATTA, 2004; KIRSCHBAUM, 2006; EPSTEIN, 2008; FILME B, 2009).

Embora dados de 2006 mostrem que o mercado cinematográfico brasileiro é o décimo quarto no mundo em público e o décimo quinto em arrecadação, não se pode caracterizar a indústria cinematográfica brasileira como auto-sustentável. Depois da maior crise de sua história no governo Collor (em 1992, o *market share*, no mercado interno, atingiu o recorde de - 0,05%), o cinema brasileiro melhorou seu desempenho. Entre 1999 e 2004, seu público cresceu cerca de 68%, de 70,0 milhões de pessoas a 117,4 milhões. Em 2004 também se observou o maior volume de receitas, situando-se em R\$ 784,5 milhões. Esse desempenho, contudo, não se mostrou

sustentável, caindo a 89,1 milhões de pessoas, em 2008. Em função do aumento no preço médio do ingresso, a queda da receita foi menor em relação à de público, verificando-se uma receita total de cerca de R\$ 727,1 milhões, em 2008 (FILME B, 2009).

A análise do desempenho focada em estatísticas de público de filmes nacionais revela que entre 1999 e 2008 o melhor desempenho ocorreu em 2003, ano esse em que filmes nacionais levaram ao cinema 22,0 milhões de pessoas, o que representou um *market-share* de 21%. Também aqui se verifica falta de sustentabilidade. Desde 2004, a frequência de público a filmes nacionais vem caindo, saindo da marca recorde alcançada em 2003 e chegando a 8,8 milhões em 2008, ou seja: houve uma queda de 60,0% no período em foco. O *market-share* do filme nacional em 2008 foi da ordem de 9,9%, isso é perto de menos da metade daquele registrado em 2003 e menor também daquele alcançado em 2006 (FILME B, 2009).

Estudos revisados para este artigo adotam uma abordagem agregada, seja tratando o desempenho da indústria com enfoques inspirados em Organização Industrial e em Economia (MATTA, 2004; EARP; SROULEVICH, 2008). Exceção a essa regra é o artigo de Matta e Loiola (2009) que é um estudo de dois casos de filmes de sucesso no Brasil. Os trabalhos desenvolvidos com base na metodologia da Redesist (CASTRO, 2008; TATSCH, *et al.*, 2008; MOUTINHO; CAVALCANTI FILHO, 2008; MATOS *et al.* 2008) também adotam uma abordagem agregada, embora procurem identificar particularidades de cada um dos arranjos de produção de filmes pesquisados. O foco em arranjos de cinema e audiovisual no Brasil em diferentes estágios de desenvolvimento, mas que vivenciam ciclos virtuosos de expansão, permite destacar aspectos comuns a todos os arranjos pesquisados e que influenciam sua dinâmica como: importância da capacitação e formação; carência de profissionalização do segmento, mesmo em relação ao arranjo do Rio de Janeiro; concentração da atividade audiovisual dos estados em suas regiões metropolitanas; ampliação da produção no rastro da difusão da tecnologia digital; fragilidades das produções locais emanadas dos segmentos de distribuição e de exibição; problemas de financiamento e captação de recursos; e ausência, inconsistência e intermitências das políticas públicas voltadas ao audiovisual.

Glynn (2000) afirma existir vasta documentação das relações conflituosas e ambivalentes sobre a aproximação entre produção artística e negócio. José Carlos Durand (2008) aponta que só mais recentemente a indústria brasileira de cinema, em especial, vem despertando o interesse da Academia, embora o cinema seja visto como o produto audiovisual mais nobre, pelo elevado

nível de custos e de elaboração, ou porque é fonte de identificação e emoção, amalgamando o pensamento artístico e cultural com o pragmatismo de interesses comerciais e ideológicos, o que concilia “o pensamento objetivo da indústria, com o subjetivo da criação artística” (KLOTZEL, 2006, p. 19). Além da escassez de estudos sobre a indústria cinematográfica apontada por Durand (2008), sugere-se que a utilização de métodos de pesquisa tradicionais nos estudos revisados não tem permitido pôr em evidência especificidades da produção cinematográfica, negligenciando-se o fato de que há duas dimensões inerentes e importantes nessa produção, a simbólica e a mercadológica.

A análise de redes sociais (ARS), um campo em desenvolvimento crescente na Europa e nos Estados Unidos, mais recentemente vem sendo utilizada por pesquisadores brasileiros. Ao focalizar relações entre indivíduos, instituições e organizações, cujos vínculos estruturam diferentes situações sociais e influenciam o fluxo de bens materiais, idéias, informação e poder, a ARS parece deter potencial para fazer emergir especificidades da produção cinematográfica, também aquelas que derivam de sua forma de organização da produção e do trabalho.

Focando a rede de produção de 31 filmes realizados na Bahia, entre 1994 e 2006, a partir de análise relacional e estrutural, este artigo objetiva contribuir para ampliar o conhecimento das estruturas e relações vigentes na produção de filmes na Bahia. De acordo com a ARS, os tipos de papéis e as posições de prestígio de atores sociais são definidos pelo conjunto de atores da rede enfocada e não por decisões dos pesquisadores. Em vista disso, tais papéis e posições de poder e prestígio se aproximam daquelas existentes na realidade, não representando configurações idealizadas sobre comportamento e relações de atores em interação social. A análise centrada em papéis categóricos pode dar pistas sobre processos de criação, de articulação e mobilização de recursos, e de transformação de recursos que são chaves em sistemas de produção por projeto, como é o caso da indústria cinematográfica. Ademais, as características das redes em termos de tamanho e coesão podem predizer o grau de homogeneidade, valores e objetivos, além de sua permeabilidade a entrantes e inovações.

A estrutura deste artigo abarca três grandes blocos de temáticas, além desta introdução. Inicia-se com a contextualização da indústria cinematográfica norte-americana. Em seguida, realiza-se breve contextualização da abordagem de redes sociais e discutem-se trabalhos desenvolvidos tendo como objetos subsetores do setor cultural com base na abordagem de ARS. Na seção de método, apresentam-se a problematização, o tipo de pesquisa realizado, assim como

seus conceitos operacionais e indicadores e a delimitação do objeto de estudo. Posteriormente, os resultados da pesquisa são apresentados. Por fim, as conclusões registram discussões e interpretações possíveis dos resultados obtidos, assim como levantam-se hipóteses de explicação de tais resultados. Espera-se que a utilização da ARS em estudo sobre o segmento cinematográfico contribua para reduzir a apontada inadequação dos métodos de análise para estudos sobre atividades econômicas culturais (POTTS *et al.*, 2007).

2. Contextualização da indústria cinematográfica norte-americana

A indústria norte-americana de filmes é hegemônica em quase todos os países do mundo. Essa hegemonia foi se constituindo desde que as empresas pioneiras no mercado de exibição de filmes – Columbia Pictures, Warner Bros, Fox, Paramount, RKO e a Disney – mobilizaram estratégias de ganho de escala que resultaram na constituição de circuitos de exibição, viabilizando a redução de custos e multiplicando a renda de bilheteria dos filmes alugados a distribuidoras. Em seguida, o grupo de pioneiros implementou estratégia de verticalização, abrindo suas próprias distribuidoras, que forneciam filmes para seus circuitos de exibição e também para outros proprietários de cinemas. Continuando suas estratégias de ganho de escala e de verticalização, o passo seguinte foi começar a produzir filmes, em estúdios inicialmente localizados no Leste, mas que foram gradativamente sendo transferidos, após a virada do século XX, para a nascente “cidade” de Hollywood, na região Oeste dos Estados Unidos da América do Norte (EUA) (EPSTEIN, 2008).

Essas estratégias mostraram-se vitoriosas, constituindo o popularmente conhecido sistema de estúdios. Detendo o controle sobre seus produtos e de todos os astros e estrelas que atraíam grandes públicos aos cinemas, num arranjo contratual fechado, denominado sistema de estrelato, essas empresas se beneficiavam também dos baixos custos de distribuição e de marketing. Em 1947, 95% da receita dos seis principais estúdios provinha da venda de ingressos (EPSTEIN, 2008).

Apesar de todo o sucesso das estratégias implementadas pelo grupo de pioneiros, que incluíram também estratégias de construção de imagem positiva da indústria cinematográfica e de seus líderes, nas quais o grande destaque foi a criação da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood, que instituiu um dos prêmios de maior influência mundial, o Oscar, pressões ambientais e internas à própria indústria ensejaram a reestruturação do até então

bem sucedido sistema de estúdio. Dentre as pressões ambientais, destacam-se as originadas das ações do Comitê de Atividades Anti-Americanas para expor a subversão comunista, que terminou criando uma cisão dentro do segmento com parte expressiva de seus membros optando por postura de colaboração com as atividades do referido comitê, mas com importantes nomes da cultura escolhendo sair dos Estados Unidos. Também em nível do ambiente, ações e decisões antitruste do Departamento de Justiça terminaram ocasionando a perda de controle sobre o que era exibido, uma vez que os estúdios foram obrigados a desverticalizarem-se, alienando seus circuitos de exibição e rompendo acordos de contratação em pacote com os cinemas independentes, por volta do final da década de 1940 (EPSTEIN, 2008; FILME B, 2009).

O advento da TV talvez tenha sido um dos fatores ambientais de influência mais decisiva para o processo de reestruturação do sistema de estúdios. Verificou-se um drástico encolhimento do público de cinema em salas de exibição e o aparecimento e rápido crescimento de receitas geradas na janela TV. Em 1948, 100% da receita mundial dos principais estúdios dos Estados Unidos da América do Norte originavam-se em salas de exibição, em 1980 esse percentual já correspondia a 53% e a janela TV aberta já respondia por quase 40%, enquanto, em 2003, as receitas geradas por bilheteria equivaliam a apenas 18% do total de receitas, tendo sido suplantadas por aquelas geradas pela venda de vídeos/DVD que representaram quase 46% do total e também pelas originadas na janela TV aberta, com perto de 28% (FILME B, 2009):

O público maciço que nutria o sistema de estúdio simplesmente deixara de existir. Contrastando com os 4,7 bilhões de ingressos vendidos nos Estados Unidos em 1947, em 2003 foram apenas 1,57 bilhão. Assim, embora a população tenha praticamente dobrado de tamanho, os cinemas venderam 3,1 bilhões de ingressos a menos do que em 1947. A televisão, bem como outras formas de diversão, reduziu tanto o público que, em uma semana comum, menos de 12% da população comprou ingressos. E os seis estúdios não puderam contar nem mesmo com essa pequena fração do seu público anterior (EPSTEIN, 2008, p. 19).

Desde a década de 1990, testemunha-se nova revolução com a difusão da tecnologia digital, que reforça tendências já prenunciadas pelo advento da TV, de crescente importância do entretenimento *in door*, e abre outras avenidas de oportunidades e, simultaneamente, de ameaças para os elos de produção, de distribuição e de exibição da indústria cinematográfica. Exemplo de oportunidade é o rápido crescimento das receitas com vendas de DVD. Naquela década, também surge um novo conceito de sala de exibição, a multiplex, para otimizar investimentos e aumentar

a lucratividade do cinema como produto. Exemplo de ameaça foi o crescimento da importância do cinema independente, que conquista espaços com suas produções de sucesso de público e de baixo custo de realização (FILME B, 2009).

Também no plano interno à indústria forças pró-reestruturação operavam. Já não se podia falar em estratégias e práticas de operacionalização do sistema de estúdios. Enquanto apenas a Disney, na década de 1940, operava sem astros exclusivos e sem salas próprias de exibição, com a maior parte de suas receitas vindo de licenciamento de marcas próprias, suas práticas foram se difundindo e tornaram-se padrão em toda a indústria cinematográfica norte-americana (EPSTEIN, 2008).

Ademais, operou-se uma verdadeira revolução na estrutura de custo da indústria. Não só os custos de produção cresceram sem controle, saindo de US\$16,8 bilhões, em 1985, e ascendendo a US\$ 70,8 bilhões, em 2007. Também os de marketing foram multiplicados por 5,5 (US\$ 6,5 bilhões, em 1985, e US\$ 35,9 bilhões, em 2007) (FILME B, 2009). Parte do problema de custos derivou do fato de que os estúdios passaram a investir altas somas na criação de público para cada filme e na gravação de inúmeras cópias para estréias simultâneas em milhares de cinemas. Outra fonte de pressão sobre os custos adveio de os estúdios terem perdido o controle sobre os artistas, os quais, em vez de terem contratos de trabalho de longo prazo (em média sete anos), passaram a ser contratados por filmes, negociados entre agenciadores de talentos e empresas, o que terminou por elevar expressivamente a parcela do orçamento dos filmes dedicada ao pagamento dos astros (EPSTEIN, 2008).

Em meio à ação de forças externas e internas, a indústria cinematográfica dos Estados Unidos da América do Norte se reestruturou. Suas empresas pioneiras deixaram de ser domésticas e se transformaram em verdadeiros impérios corporativos internacionais, com ações negociadas nas bolsas de Nova York, Tóquio e Sidney, em cujos portfólios de negócios filmes eram apenas um dos componentes, que respondiam por menor parcela de receita em comparação a outros componentes. Adicionalmente, em reforço ao deslocamento de foco das salas de exibição para as lojas de varejo, as megas corporações acionaram novas estratégias de verticalização, adquirindo distribuidores independentes – como Miramax, Dimension New Line Cinema, October Films, Gramercy Pictures, Focus Features e USA Films – ou criando suas subsidiárias “independentes” – como Sony Pictures Classics, Paramount Classics e Warner Independent Pictures. Com a incorporação do negócio de distribuição, passam a adquirir direitos

de filmes estrangeiros e de películas de baixo orçamento, realizadas fora da jurisdição das “instituições hollywoodianas”, aumentando seu portfólio de produtos para o varejo. Esses novos gigantes – Time Warner, Viacom, Fox, Sony, NBC Universal e Disney – juntamente com as distribuidoras especializadas detêm 96% dos negócios em cinema em seu mercado interno e 98% das receitas de publicidade nas televisões nos EUA (EPSTEIN, 2008).

Paulatina e concomitantemente, verifica-se a configuração de um novo sistema de produção “por projeto” – com a externalização de recursos dos estúdios para os mercados antes internalizados em estruturas burocráticas –, no qual cresce em importância a fase de pré-produção e a capacitação para mobilização e articulação de recursos (LAMPEL; SHAMSIE, 2003). O sistema de carreiras reconfigura-se com novas profissões, a exemplo dos agenciadores de talentos e especialistas em computação gráfica e efeitos especiais, enquanto a polivalência dos quadros técnicos se insinua com diretores fazendo o papel de produtores, atores de produtores e diretores e vice-versa. Ao cinema, vincula-se um sistema peculiar de carreiras, com as redes desenvolvidas pelos trabalhadores “criativos” dando suporte às “culturas de produção”. Esse sistema peculiar de carreiras é articulado por agenciadores de talentos (PETERSON; ANAND, 2004).

Ainda que não exista uma legislação ou entidade federal centralizando o apoio ao cinema, com cada estado possuindo legislação própria de incentivo à produção, do conjunto de iniciativas governamentais para neutralizar a concorrência de países estrangeiros destaca-se, atualmente, o incentivo de isenção fiscal para produções nas faixas de US\$ 1 milhão e US\$ 15 milhões, podendo beneficiar filmes com orçamento de até US\$ 20,0 milhões, desde que rodados em áreas de baixa renda, que apliquem, pelo menos, 75% de seus orçamentos no próprio EUA. Tal lei tende a beneficiar mais os produtores independentes (FILME B, 2009).

Apesar das diferenças, as seis gigantes do entretenimento ainda apresentam em comum quatro características. Primeiro, apesar da grande importância social, política e estratégica da indústria de cinema, a realização de filmes responde por uma pequena parcela dos ganhos totais de cada companhia em particular, não se constituindo mais em principal fonte de receita e de lucros (EPSTEIN, 2008). Prevalece a busca de sinergia entre estratégias padronizadas para a produção de um mix de produtos inter-relacionados (livros, filmes, vídeos e brinquedos) (LAMPEL; SHAMSIE, 2003). Embora a indústria ainda seja dominada por um pequeno número de grandes corporações, essas corporações se organizam em muitas unidades independentes e

simplificam controles para favorecer estilos de liderança empreendedores, o que constitui a segunda característica comum (PETERSON; ANAND, 2004).

A busca de sinergia entre as estratégias procura, por sua vez, compensar o que se constitui na terceira característica em comum: as seis companhias perdem dinheiro com os lançamentos para cinemas (ou “produção corrente”), o que significaria falência nos tempos do sistema de estúdio. No novo sistema, contudo, os estúdios não retiram seus lucros da exibição de seus produtos nos cinemas, mas sim do licenciamento de seus filmes para exibição doméstica, licenciamento de marcas, lançamento de livros, brinquedos e vídeos, dentre outros. Em 2003, a renda dos estúdios com o entretenimento doméstico (US\$ 33,66 bilhões) foi 4,5 vezes maior que a obtida em salas de exibição (US\$ 7,48 bilhões) (EPSTEIN, 2008; LAMPEL; SHAMSIE, 2003).

Por fim, a quarta característica comum: as *majors* de Hollywood tornaram-se elos de financiamento e de distribuição, com papel-chave na reunião dos recursos captados em redes de provedores de capitais, junto a agenciadores de talentos e a produtores independentes (PETERSON; ANAND, 2004).

Em síntese, a evolução da indústria cinematográfica norte-americana aqui registrada evidencia seu movimento de mudança, assim como seu *modus operandi* atual, suas novas formas de organização de sistemas de produção, de estruturas de carreiras e dinâmica de mercado. Todas essas transformações ainda não estão satisfatoriamente documentadas, sobretudo no caso do Brasil, seja porque há ainda escassez de pesquisas que tomem como objeto a indústria cinematográfica, seja porque as pesquisas revisadas adotam olhares disciplinares, quando parece que o objeto está exigindo ser visto pela ótica da interdisciplinaridade, seja ainda porque os métodos de pesquisa dedicados ainda são muito convencionais, conforme ressaltado na introdução deste artigo. Em vista desse conjunto de argumentos, neste artigo optou-se pela utilização de método de investigação de ARS, ainda pouco difundido no Brasil. Essas postulações e a relevância de adotar método de pesquisa baseado em ARS encontram novo reforço nas palavras de Epstein (2008, p. 25), para quem:

Não surpreende que as decisões das seis companhias sobre os filmes que realizam – a lógica da nova Hollywood – sejam motivadas principalmente por dinheiro. Mas a história toda não se resume às considerações econômicas. A lógica social e política – que envolve status, honra, solidariedade com as estrelas e outros aspectos menos tangíveis – também constitui uma parte essencial da equação. Se o grande filme continua a parecer vago para o mundo externo, ofuscado por mitos autocriados e uma nostalgia deslocada, não é por acaso.

A próxima seção deste artigo focaliza a discussão sobre ARS e revisa trabalhos empíricos realizados com base no método de ARS, tendo como objetos de investigação segmentos de produção de o setor cultural.

3. Análise de redes sociais

Há controvérsias em torno da origem da abordagem de ARS. Autores relacionam essa origem aos trabalhos do antropólogo Radcliffe-Brown, que teria incentivado ao aparecimento, entre 1930-70, de um número crescente de cientistas sociais adotando seus conceitos de “estrutura social” de “rede social”; “densidade” e “textura”. A partir dos anos de 1970, os conceitos-chave de análise das redes sociais consolidaram-se e um maior número de especialistas passou a estudar e desenvolver técnicas de trabalho e de aplicações (BRAGA *et al.*, 2008).

Já da perspectiva da tradição sociológica, podem-se identificar três bases teóricas associadas à ARS: estudos sociométricos, apoiados na psicologia gestáltica; estudos desenvolvidos por antropólogos da Universidade de Manchester; e trabalhos gerados por estruturalistas da Universidade de Harvard. Jacob Moreno (MORENO, 1936 *apud* SCOTT, 2004) utilizava sociogramas – que representam grupos como uma coleção de pontos conectados por linhas – para identificar relacionamentos em forma de rede entre pessoas e a dinâmica de pequenos grupos. Pesquisadores ligados à sociometria de tradição gestaltiana da psicologia estudaram a maneira como se conectam as pessoas que pertencem a grupos, descreveram os lugares de centralidade que diferenciam seus membros e traduziram essas relações em formas gráficas para a compreensão da estrutura grupal (SCOTT, 2004).

Em vez de focar aspectos de integração e de coesão, a Escola de antropologia de Manchester, cuja figura central foi Max Gluckman, enfatizava conflitos e mudanças. Seus estudiosos usavam as redes sociais como fontes de explicação de comportamentos individuais e grupais que não encontravam explicações por meio de paradigma teórico estrutural-funcionalista, exatamente porque esse paradigma negligenciava a rede ativa de instituições que permitia dar conta da vida social do indivíduo. Seus adeptos documentaram a relação entre a estrutura da rede pessoal e a conduta pessoal em situações de lutas políticas e conflitos sociais em ambientes, tais como o de trabalho (MARTES *et al.*, 2006).

Na Universidade de Harvard, no final dos anos de 1960, Harrison White e seus estudantes conciliaram diferentes tradições da análise de redes nas suas investigações sobre a base matemática das estruturas sociais. A proposta desse grupo de modelar e mensurar matematicamente os papéis sociais – chamada de *blockmodeling* – pode ser considerada como o fundamento da atual forma de análise de redes. Os pesquisadores em Harvard exploraram padrões de relações interpessoais e a formação de *cliques, blocks e clusters*. A investigação de “relações informais” em sistemas de larga escala conduziu às descobertas empíricas de que esses sistemas continham subgrupos coesos (SCOTT, 2004). Ainda na Universidade de Harvard, é iniciada a sistematização das observações com o uso da metáfora "web" (tela, teia, trama) e "network" (rede, tela) de relações sociais. Conceitos de reciprocidade, intensidade e durabilidade das relações, relações diretas, indiretas, *reachability* (alcance) foram desenvolvidos no âmbito destas pesquisas (MARTES *et al.*, 2006; SCOTT, 2004).

Dois estudos de Mark Granovetter sobre redes sociais, *The Strength of Weak Ties* (1973) e *Getting a Job* (1974), destacam a importância das redes sociais para a compreensão das interações entre os níveis micro e macro. Esse autor analisa os laços sociais existentes, classificando-os como “fortes” (definidos como aqueles nos quais os indivíduos despendem mais tempo, intensidade emocional e trocas (por exemplo, a amizade) e “fracos” (aqueles em que o investimento é menor ou nulo, como por exemplo, os mantidos com pessoas conhecidas). Definindo laços (como forte ou fraco) com base na frequência dos contatos, na reciprocidade e na amizade existente nos relacionamentos, Granovetter (1974) evidenciou que as pessoas que possuíam conexões ou relações com outras fora do círculo familiar tinham duas vezes mais chances de conseguir uma vaga de trabalho do que pessoas que tinham mais conexões apenas no âmbito da família e dos amigos. Sua análise era de que grupos mais fortemente conectados possuíam interesses similares, logo, seus integrantes tinham menos possibilidades de inserção no mercado de trabalho.

Martes *et al.* (2006, p. 12) apontam que na literatura internacional, especialmente na anglo-saxã, podem ser encontrados pelo menos quatro princípios inter-relacionados que têm sido utilizados para gerar teorias e hipóteses de pesquisa de redes sociais: (1) a importância das relações entre atores para explicar ações individuais. Isto pressupõe que os relacionamentos são constitutivos da natureza humana e que são elementos definidores da identidade dos atores sociais; (2) a imersão social dos atores (*embedness*) em campos sociais, ou seja, o

comportamento humano está imerso dentro de uma rede de relacionamentos interpessoais, e isso se estende às transações econômicas e ao mundo corporativo; (3) a utilidade das conexões da rede refere-se à idéia de que as interligações dentro de uma rede constituem uma espécie de capital social que pode prover valor, inclusive econômico, aos integrantes da rede; (4) os fatores estruturais devem ser analisados para identificar quais atores geram e criam laços em uma determinada rede, a qual pode ser analisada pelo grau de agrupamento e de distanciamento dos atores que a ela pertencem.

Mizruchi (2006) discute que a utilização da análise de redes tem crescido rapidamente nas últimas três décadas, mas as críticas também têm aumentado. Ele argumenta que a análise de rede, com sua ênfase em critérios objetivos, forças sociais observáveis e capacidade de gerar falseabilidade das hipóteses, tem possibilitado a superação de algumas das problemáticas tradicionais de modelos normativos, revitalizando diversas áreas da Sociologia, inclusive a teoria do movimento social, o estudo da desigualdade social e a sociologia do desenvolvimento. Contudo, o foco exagerado sobre as restrições estruturais faz com que as explicações da abordagem de redes sejam incompletas. Muitas vezes existem lacunas nas análises estruturais que podem exigir explicações culturais ou normativas, salienta Mizruchi (2006).

Apesar desses desafios, o autor destaca que a análise de redes tem crescido justamente por conseguir reter uma concepção mais dinâmica das ações sociais e possibilitar que se trabalhe em conjunto com outras teorias. Seguindo-se essa última proposição de Mizruchi (2006), argumenta-se que a ARS pode favorecer a evidenciação de especificidades da produção da indústria cinematográfica, as quais ligam-se à dupla face, a simbólica e a de mercado, de seus bens e serviços; às modificações em curso em suas formas de organização de produção e de distribuição; à crescente difusão da tecnologia digital, a qual, especialmente no setor cultural, tende a sobrelevar a natureza em rede do processo criativo, de produção e de exibição, ameaçando padrões e poderes estabelecidos; às transformações em seus padrões de consumo, que, no limite, tendem a fazer com que cada consumidor seja co-autor; e, por fim, à natureza essencialmente relacional da produção de filmes, que se realiza em zona de interseção entre mercados e redes sociais, conforme proposto por Potts *et al.* (2008)⁴ para a produção no âmbito das indústrias

⁴ Argumentando que a visão neoclássica da economia industrial e a conseqüente utilização de sistemas de classificação industrial devem ser superadas e substituídas por uma visão emergente em que particularidades de suas estruturas de mercado e de governança sejam colocadas no centro das abordagens, Potts *et al.* (2008) propõem uma nova definição de indústrias criativas em termos de mercado de redes sociais. Considerando uma rede social como

criativas, na qual a indústria cinematográfica se inclui. A utilização da abordagem de ARS ainda é pouco difundida em estudos sobre o setor cultural. Apesar disso, a próxima seção foca a trabalhos empíricos realizados com base em ARS tendo como foco o setor cultural.

4. Pesquisas com base em ARS para o setor cultural

Anticliff, Saundry e Stuart (2007) partem da constatação que, devido às mudanças das formas de emprego no período pós-industrial, o conjunto de redes de contatos individuais seria usado para se ganhar vantagem no mercado de trabalho pelos trabalhadores da indústria de televisão no Reino Unido. Entendendo que as indústrias criativas baseiam-se em redes para promover a colaboração, a confiança e a cooperação, procuram analisar como a variedade de redes utilizadas pelos trabalhadores autônomos nesta indústria levou à reestruturação da organização burocrática e à precarização do mercado de trabalho.

Segundo os autores antes mencionados, as estruturas das redes refletem o dinamismo das relações sociais nas quais elas são baseadas. Os laços fracos podem, inevitavelmente, ser transformados em laços mais fortes no caso dos indivíduos que trabalham juntos, desenvolvendo confiança e relações sociais. Devido ao grau de reciprocidade entre estes, verifica-se o arrefecimento da concorrência inerente aos mercados de trabalho de autônomos. Em alguns casos, pode envolver formalização de associações profissionais, com regras claras de entrada e de uma estrutura hierárquica.

Os dados de Anticliff, Saundry e Stuart (2007) sugerem que os indivíduos não só usam diferentes redes para cumprir objetivos diferentes, mas, também, para múltiplas funções. Por exemplo, buscar oportunidades de emprego, discutir experiências e compartilhar informações. Seus resultados revelam ainda que a forma como as redes são utilizadas pelos trabalhadores não é determinada apenas pela estrutura. Os trabalhadores, por meio dos diversos tipos de rede, exploram diferentes aspectos destas para reforçar as suas carreiras profissionais e defender os

um grupo conectado de agentes individuais que produzem e tomam decisões de consumo baseadas nas ações (sinais) de outros agentes na rede social, para Potts *et al.* (2008) nas indústrias criativas, em função da sistemática ocorrência de novidades e da forte incerteza em suas estruturas de mercado, decisões tanto em relação à produção quanto ao consumo são determinadas por escolhas de indivíduos imersos em redes sociais. Dada a relação de triangulação dinâmica entre agentes, redes e empreendimentos, as indústrias criativas correspondem a conjuntos de agentes, que estão imersos em redes sociais de produção e de consumo, cujos mercados caracterizam-se pela adoção de novas idéias e por elevado grau de incerteza.

seus interesses no trabalho. A sua capacidade de fazer isso é condicionada pela maneira como eles interagem com as redes, mas, também, pelo modo como interagem com redes diferentes. Como consequência, há uma tensão nas redes entre competição e colaboração. Ressaltam também possibilidades de mudanças das redes, com laços fracos transformando-se em fortes e vice versa, o que é consistente com a dinâmica das relações sociais.

Ao estudar estruturas das redes sociais da indústria de filmes brasileiros durante o período de 1994 a 2002, Kirschbaum (2006) procura ampliar o entendimento da performance desta indústria, investigando a importância dos recursos mobilizados (ator, diretor e outros) para o sucesso do filmes; os fatores importantes para a sobrevivência do indivíduo na rede; e como o papel do indivíduo contribui para a sua posição na rede. Conclui que quanto maior for o reconhecimento do filme pelos críticos, maior será o sucesso entre os consumidores. Este dado sugere que, nesta indústria, o esforço coletivo para realização dos filmes seria mais importante do que a presença de astros. Sugere ainda que a formação de valor nesse segmento é influenciada por atores embebidos nas redes profissionais, a exemplo dos críticos. Nova conclusão foi a de que, no primeiro período de análise, de 1994 a 1996, a sobrevivência dos indivíduos dependeu principalmente do sucesso em filmes passados e do papel categórico desempenhado na rede, além da centralidade de intermediação e posição estrutural, com menos intensidade, embora tais elementos não sejam importantes em períodos subsequentes. Variáveis como o reconhecimento individual, a centralidade e a equivalência estrutural são tão ou mais relevantes. Esses resultados sugerem que, em uma indústria em rede e que se encontra em desenvolvimento, o sucesso coletivo é mais importante que o sucesso individual. Entretanto, o papel do diretor continua sendo fator positivo e significativo.

Em conclusão, Kirschbaum (2006) chama a atenção para o fato de que a sobrevivência das organizações cinematográficas pesquisadas está cada vez mais dependente de suas redes sociais. Sugere, ademais, que existe uma tensão constante entre competição e colaboração nas indústrias criativas, o que torna sua análise mais complexa, não podendo se restringir aos atributos dos indivíduos em uma cadeia de valores. A indústria brasileira de filmes está se estabelecendo, sendo assim, os recursos de transformação são previsores melhores da popularidade do filme do que os recursos mobilizados. Os resultados encontrados não surpreendem, ainda segundo Kirschbaum (2006), pois a indústria brasileira de filmes tem recursos (atores e diretores) com baixa exposição no mercado mundial. Esses resultados

contradizem achados de Lampel e Shamsie (2003) para a indústria cinematográfica norte-americana.

Ao utilizar ARS para pesquisar a indústria cinematográfica no Brasil, Kirschbaum (2006) foi pioneiro, abriu novas alternativas de método de pesquisa na área, especificando direcionamentos a seguir, indicadores e possibilidades de modelação, e revelou potencialidades do método de ARS para investigações no campo de produção de bens e serviços culturais.

Kirschbaum e Vasconcelos (2006) tomam como objeto de investigação redes de músicos brasileiros. Verificaram que a “identidade inserida” (*embedded identity*) não é fixa no tempo. Durante as suas carreiras, os intérpretes buscariam uma diversificação de repertório, modificando os seus relacionamentos, tanto com outros intérpretes quanto com os compositores. Esta diversificação é que forneceria ao intérprete uma identidade única, chave para a evolução de sua carreira.

Outro resultado importante é que a mudança de identidade e a singularidade, aparentemente, criariam um paradoxo, pois poderia prejudicar a percepção por parte da indústria e do público. Contudo, o artigo identificou duas estratégias de inovação em redes artísticas: a) evolutiva: mudança gradual de identidade, como a utilizada por Elis Regina (identificada com a BN, adota outros estilos); e b) revolucionária: modificação abrupta do repertório, como Caetano Veloso, que adotou canções da JG e ocupou um buraco estrutural que os atores da BN/MPB e da JG haviam deixado.

Kirschbaum e Vasconcelos (2006) concluem que atores estratégicos podem manipular sua identidade inserida de maneira a atingir uma posição que lhes permita, em determinado momento, gerar nova identidade categórica. Ainda assim, a emergência de uma nova categoria respaldada por redes simbólicas preexistentes não leva a um rompimento com o sistema simbólico. Um exemplo é a emergência da Tropicália enquanto categoria autônoma que foi sustentada pela prévia legitimação da interpretação, por Caetano, de canções de Roberto Carlos⁵. Assim, os atores emergentes podem trilhar caminhos intermediários.

Como visto, novas revelações sobre comportamentos de atores e redes de produção no setor cultural e criativo que se ligam fortemente à dupla natureza de bens e serviços simbólico-culturais, à sujeição de fatos econômicos a fatos sociais e à natureza socialmente construída das

⁵ Ainda que a Tropicália tenha compreendido a importância da JG nesse momento, esclarece-se que Caetano só vem a gravar canções de Roberto Carlos após o período tropicalista (nota dos autores).

instituições foram sobrelevadas nos trabalhos revisados, cujos resultados também são pavimentadores de novas trilhas de conhecimento.

5. Método

Esta seção reúne informações sobre o método de pesquisa deste artigo. Abarca a problematização e o problema de pesquisa, seus objetivos, conceitos operacionais e indicadores, assim como a sistemática de tratamento de dados.

5.1 Problematização e objetivos

A indústria cinematográfica brasileira vem passando por transformações em suas estruturas de mercado, instituições, papéis dos atores e suas interações. Apesar disso, este é um setor que a academia não tem dedicado esforço de pesquisa sistemático, apesar de esse quadro estar em mudança, conforme foi evidenciado pela revisão de vários estudos já feitos sobre a indústria brasileira de filme. Ainda que esse quadro de relativa escassez de estudos sobre a fase mais atual da indústria brasileira de filmes esteja mudando, a revisão de literatura também indicou que os métodos maciçamente usados são fortemente influenciados por óticas disciplinares e não interdisciplinares como parece exigir o objeto indústria cinematográfica e as relações ambivalentes entre arte e negócio (GLYNN, 2000; DURAND, 2008; KLOTZEL, 2006; EARP; SROULEVICH, 2008; MATTA, 2004; KIRSCHBAUM, 2006).

A revisão dos estudos sobre redes sociais em segmentos específicos do setor cultural e criativo sinaliza, ademais, algumas questões que problematizam o objeto deste artigo. Exemplos dessas questões são a seguir registrados. Qual a importância dos atributos na determinação da posição dos atores? Kirschbaum (2006) observa que nas redes da indústria cinematográfica brasileira este elemento não é tão significativo. Já o estudo de Lampel e Shamsie (2003) aponta em sentido inverso, sugerindo que a importância de capacitação em mobilização de recursos nas novas configurações da indústria cinematográfica pode dar prestígio e poder a atores que possuam essa capacitação (atributo) nas redes em que se inserem.

Como superar a crítica sobre a natureza estática da ARS? Kirschbaum (2006), e Kirschbaum e Vasconcelos (2006) demonstram que a análise de redes sociais, quando leva em

consideração séries longas de tempo, pode mostrar a dinâmica de mudanças nas redes, contrariando a crítica muito difundida de que a ARS é estática. Além disso, Kirschbaum e Vasconcelos (2006) exploram o papel de agência dos atores em rede, atribuindo-lhes relativa autonomia na construção de suas identidades.

Quais os tipos de relação que se desenvolvem ao interior das redes? Kirschbaum (2006) e Anticliff *et al.* (2007), por sua vez, revelam para os atores da indústria cinematográfica brasileira e para os trabalhadores da televisão do Reino Unido, respectivamente, que as redes podem ser lugar de competição e de colaboração. Tal revelação empírica sobreleva a complexidade da avaliação das redes sociais, com os atores colaborando entre eles e preservando a rede e, simultaneamente, desenvolvendo ações de preservação de seus interesses.

Passando em revista o panorama histórico da produção cinematográfica na Bahia, Santana (2006) destaca: a natureza cíclica da produção cinematográfica, com esforços dirigidos a implementar estruturas e infra-estruturas necessárias à realização de filmes no Estado, que são abandonadas ou desmobilizadas com a passagem do ciclo; a predominância de filmes de autor; o vanguardismo de suas produções, com filmes premiados até internacionalmente, mas que não conquistam os públicos nacionais e nem o baiano; a forte tendência à transferência de quadros técnicos de qualidade para o mercado do centro-sul; o grande espaçamento entre um ciclo e outro, verificando que entre o último e o atual, denominado de Novíssima Onda do Cinema Baiano, passaram-se 22 anos.

Além das questões anteriormente listadas, Santana (2007) elenca outras vivenciadas pela produção de filmes na Bahia: pequena escala de produção, o que não viabiliza a formação contínua e a manutenção de quadros técnicos e artísticos; escassez de recursos para financiar a produção cinematográfica; escassez de público para as produções locais; inviabilidade para o estabelecimento de um parque de equipamentos, técnicos e artistas especializados; encarecimento das produções realizadas em solo baiano, já que parte da equipe técnica vem de fora e toda a pós-produção é realizada fora do estado, consumindo em média 25% de todo o capital investido no filme. Conclui que sem produção, não há público, sem público não há produção, o que se constitui em ciclo vicioso que ainda não foi rompido e superado em definitivo.

Apesar do diagnóstico anterior, o segmento cinematográfico é vetor importante da política cultural do Governo do Estado atualmente espelhado em medidas como: a centralização das políticas de audiovisual no IRDEB (Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia); a ampliação

dos recursos destinados ao setor e a criação da *Bahia Film Comission*; e desenvolvimento de programa abrangente de apoio ao segmento audiovisual, com base na Rede Audiovisual da Bahia (RAV). A Novíssima Onda do Cinema Baiano está fortemente associada a novas políticas de governo, tanto federal e estadual, especificamente voltadas para o audiovisual, em especial para o cinema, embora tais políticas ainda apresentem lacunas de foco, problemas de critério e canalizem volume de recursos insuficientes para as necessidades existentes.

Cabe observar ainda que, não obstante haja, por estímulo da convergência tecnológica⁶, muita discussão sobre o segmento audiovisual (televisão, cinema, vídeo e internet), este artigo foca a produção de filmes cinematográficos. No atual contexto de convergência, os filmes estão sendo exibidos em novas janelas como televisão aberta, na TV por assinatura, aparelhos de vídeo-cassetes ou de DVDs, nos computadores que possuem DVD, Internet, e celulares, além das salas de cinema. Contudo, a produção do conteúdo cinematográfico continua sendo uma atividade-chave do setor cinematográfico, que se desenvolve por projeto.

Tendo em vista esse conjunto de problemáticas, este artigo objetiva caracterizar a estrutura da rede de produção cinematográfica na Bahia, no período de 1996 a 2003, e realizar sua análise centrada em egos (papéis) para identificar atores que desempenham papéis categóricos e ocupam posições de centralidade chaves na conformação, desempenho e dinâmica da referida rede. Esse objetivo geral desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: caracterizar a era denominada de Novíssima Onda Baiana; caracterizar a estrutura da rede; identificar seus atores com papéis de expansores de fronteiras, de corretores de informação e de conectores centrais; definir atores que possuem posição de centralidade de intermediação, de proximidade e de prestígio e poder.

5.2 Tipo de Pesquisa e Conceitos Operacionais

Trata-se de pesquisa exploratória descritiva realizada com base no método de ARS. A Análise de Redes Sociais (ARS) é uma abordagem interdisciplinar de leitura dinâmica das interações sociais, com um vocabulário especializado que expressa a complexidade das distintas dimensões das relações sociais. A realização do presente trabalho envolveu os seguintes

⁶Convergência: processo de agregação e combinação dos setores de telecomunicações (serviços de rede), meios de comunicação (produção e difusão de conteúdos) e tecnologias da informação (serviços diversos de internet).

conceitos operacionais e indicadores (Quadro 1).

Quadro 1: Conceitos operacionais

Conceito	Definição
Rede social	conjunto de agentes e de relações que incluem laços familiares, de amizade, profissionais, de confiança e de dependência, por exemplo. Neste caso, os laços são profissionais no segmento de produção de cinema na Bahia.
Atores ou nós	unidades básicas das redes, correspondentes a cada um dos agentes participantes. Neste trabalho, os nós são representados por determinadas categorias de profissionais participantes dos filmes enfocados.
Atributos	são características que permitem a identificação e diferenciação de atores ou grupos de atores na rede. Aqui, os atributos pesquisados são: Diretor, Produtor, Roteirista, Montador, Diretor de Arte, Diretor de Fotografia e Empresa Produtora.
Cliques	definidores de subgrupos de atores com vínculos diretos entre si; deve haver pelo menos três nós para compor um clique.
Densidade	quantidade de linhas (ou conexões) que interligam um conjunto de pontos; permite visualizar a velocidade de difusão de informações entre os nós.
Centralidade	quantidade de relações que se coloca entre um ator e outros. Quanto mais centrais, mais importantes os atores em uma rede. Pode ser calculada de acordo com diferentes medidas, que geram diferentes conceitos de centralidade. Neste trabalho são calculadas as centralidades de grau, de proximidade, de intermediação e de Boniach.
Papéis	(1) conector central, que liga a maioria das pessoas de uma rede; (2) expansor de fronteiras, que conecta uma determinada rede com outras; (3) corretor de informação, que mantém comunicação entre diferentes subgrupos de uma rede, impedindo que ela se fragmente; (4) especialista periférico, a quem todos podem recorrer quando algum conhecimento específico é necessário.

Fonte: WASSERMAN; FAUST, 2007

A ARS abarca o mapeamento de relações entre diversas representações de relacionamentos, na forma de matrizes, gráficos e análises. Assim, a ênfase está nas ligações entre atores, e não em seus atributos, pois a unidade de observação é o conjunto de atores e seus laços. Tal abordagem e seus conceitos operacionais dão bases à análise da produção de filmes em película na Bahia, entre 1994 e 2006.

5.3 Fontes e Sistemática de Tratamento dos Dados

Referência importante no desenho do método foi o estudo de Kirschbaum (2006) sobre as redes sociais para indústria de filmes brasileiros no período de 1994-2002. Ele construiu as redes

a partir do banco de dados da IMDb (Internet Movie Database)⁷, coletando, para cada filme, informações sobre elenco, diretor, produtores, produtoras e distribuidores (KIRSCHBAUM, 2006).

Kirschbaum (2006) parte da premissa de que a produção de um filme não se realiza numa estrutura hierárquica ideal, nem numa estrutura de mercado ideal. Observa que a produção pode ser considerada como uma firma de curta duração, na qual indivíduos se reúnem para concluir um projeto e se dispersam depois.

Este estudo utiliza, de forma semelhante, o método de redes sociais para caracterizar a rede e mapear atores sociais e seus papéis num conjunto de filmes produzidos, em 35mm, na Bahia, entre 1994 e 2006. O catálogo dos filmes baianos⁸ de Jorge Alfredo (GUIMARÃES, 2006) forneceu as fichas técnicas de tais filmes e, com o software UCINET⁹, foi construída a matriz de interações entre os participantes das produções.

Foram selecionadas categorias de atores sociais fundamentais para criação e concepção do filme: diretor, roteirista, montador, diretor de arte, diretor de fotografia, produtores e empresa produtora. Essas categorias e respectivas definições constam do quadro 2.

⁷ Maior base de dados de cinema: <http://www.imdb.com/>.

⁸ Apesar de apenas considerar os filmes produzidos ou finalizados em película, esse é um banco de dados importante para conhecimento da produção cinematográfica baiana no período.

⁹ O software Ucinet para Windows versão 6.207 foi o recurso para organizar os dados sob a forma de matrizes e calcular indicadores macro e micro estruturais da rede e dos nós que a compõem (atores). Após a montagem das matrizes, estas são transferidas para o programa NetDraw 2.083 para visualização e análise gráfica.

Quadro 2: Atributos e definições

Atributos	Definição
Diretor	criador da obra, supervisiona e dirige sua execução, analisando, interpretando o roteiro e adequando-o à realização do ponto de vista técnico e artístico.
Roteirista	desenvolve o roteiro do filme a partir de uma idéia, texto ou obra literária; estrutura a história em imagens, definindo sequências de ação, com ou sem diálogos, a partir das quais se realiza o filme.
Montador	estrutura o filme em sua forma definitiva, a partir do material de imagem e som, sob a orientação do diretor; responsável pela unidade narrativa do filme e pelo ritmo das cenas editadas.
Diretor de arte	cria, conceitua, planeja e supervisiona a produção de todos os componentes visuais do filme, traduzindo em formas concretas as relações dramáticas imaginadas pelo diretor e sugeridas pelo roteiro.
Diretor de fotografia	é o técnico de cinema responsável pelo clima dramático em termos de iluminação, escolha dos ângulos, movimentação e enquadramento de câmera, a partir de especificações do diretor.
Produtor	inicia, coordena, supervisiona e controla atividades da produção; envolve-se no projeto da concepção à finalização como responsável pelo seu andamento prático.
Empresa produtora	centraliza as atividades necessárias para a produção, gerenciando a complexa rede de profissionais (fornecedores, serviços, distribuidores e exibidores) necessária à realização do produto; administra atividades financeiras como captação de recursos, aquisição de direitos autorais, negociação para distribuição e exibição.

Fonte: SANTANA, 2006; RODRIGUES, 2007.

Os dados geraram uma matriz de relações empíricas, que pôs em relevo as interações entre os atores e seus papéis técnicos nos filmes, permitiu visualizar as pessoas que trabalharam juntas e viabilizou a análise de densidade, cliques e centralidade. Além disso, foram avaliados os papéis categóricos. Assim, foram identificados os atores centrais nessa rede de produção.

6. Resultados

Esta seção apresenta e discute os resultados da pesquisa. Tomando com referência os objetivos específicos, inicia-se com a contextualização da Novíssima Onda Baiana e prossegue com a descrição e análise da rede mapeada.

6.1 Produção Cinematográfica na Bahia: a Novíssima Onda Baiana

Na Bahia, nos últimos 15 anos, a produção de filmes experimentou um novo círculo virtuoso. De um lado, houve abertura de oportunidades de produção, com a ampliação das

políticas públicas de incentivo, principalmente a regionalização promovida pelo Ministério da Cultura (MinC). De outro lado, o avanço das tecnologias digitais expandiu a produção audiovisual, ao ampliar o acesso a equipamentos.

Para Guimarães (2006), o ano de 1993 é um marco na produção cinematográfica da Bahia. Segundo ele, após a interrupção dessa atividade, com o fechamento da Embrafilme, seis realizadores criaram o roteiro de um longa-metragem, o *Via Pelô*: Moisés Augusto, Fernando Bélen, Edgard Navarro, Pola Ribeiro, José Araripe Jr. e Jorge Alfredo. Apesar desse filme não ter sido produzido, esse episódio gerou uma colaboração afetiva e profissional entre cineastas, dando origem a um novo ciclo de produção cinematográfica, a *Novíssima Onda Baiana*.¹⁰ A partir de então, outros realizadores começaram a produzir filmes de curta e longa-metragem: Agnaldo Siri Azevedo, José Umberto, Joel de Almeida, Tuna Espinheira, Sérgio Machado, Umbelino Brasil, Lázaro Faria, Sofia Federico, Edyala Yglesias, Lula Oliveira, Fábio Rocha, Bernard Attal, Joselito Crispim, Caó Cruz Alves e Conceição Senna (GUIMARÃES, 2006).

Em 1994, Fernando Belens rodou *Heteros, A Comédia*, com direção de fotografia de Hélio Silva, nome consagrado do Cinema Novo. Em julho de 94, José Araripe Jr. ganhou o Prêmio Resgate do Cinema Nacional do Ministério da Cultura, com o roteiro *Mr. Abrakadabra!* Em 2001, foi lançado o longa-metragem *3 Histórias da Bahia*, dirigido por José Araripe Jr., Edyala Yglesias e Sérgio Machado. Este lançamento foi emblemático: quebrou um jejum de quase duas décadas de realização de filmes por produtoras baianas.

Em 2004, surgiram outros dois longas e, em 2005, o número aumentou para quatro. Entre 2001 e 2006, foram produzidos 15 curtas-metragens, contra seis da década anterior. Em resumo, entre 1994 e 2006, o cinema baiano produziu 31 filmes em película, entre curtas e longas-metragens¹¹, os quais são objetos deste estudo.

6.2 A rede de cinema na Bahia: descrição e análise dos dados

Neste item, descreve-se analiticamente a rede social de produção de 31 filmes realizados entre 1994 e 2006 na Bahia. Dois tipos de abordagens foram realizados: a avaliação de critérios

¹⁰ Referência ao termo *Nova Onda Baiana*, utilizado pela pesquisadora Maria do Socorro Carvalho, correspondente ao período 1958-1962, em que Salvador se destacou como pólo de atração de famosos cineastas brasileiros e estrangeiros. (CARVALHO, 2003).

estruturais, em que se pode aferir a coesão da rede, e a análise da rede centrada em egos, ou seja, focada em papéis determinados.

6.2.1 Densidade

A rede gerada compreende 140 atores e apresenta densidade de 0,0780, o que retrata uma baixa densidade, pois evidencia realização de apenas 7,80% do potencial de relações possíveis. Trata-se de uma rede de baixa coesão, característica negativa, segundo alguns autores, porque em redes com baixa densidade também é baixa a velocidade de circulação de informações. Mas isso pode ser interpretado como sinal de que ela apresenta maior abertura à inovação e ao trânsito de novos atores (KIRSCHBAUM, 2006). Além disso, a rede apresenta três subgrupos isolados, sem conexões (Figura 1).

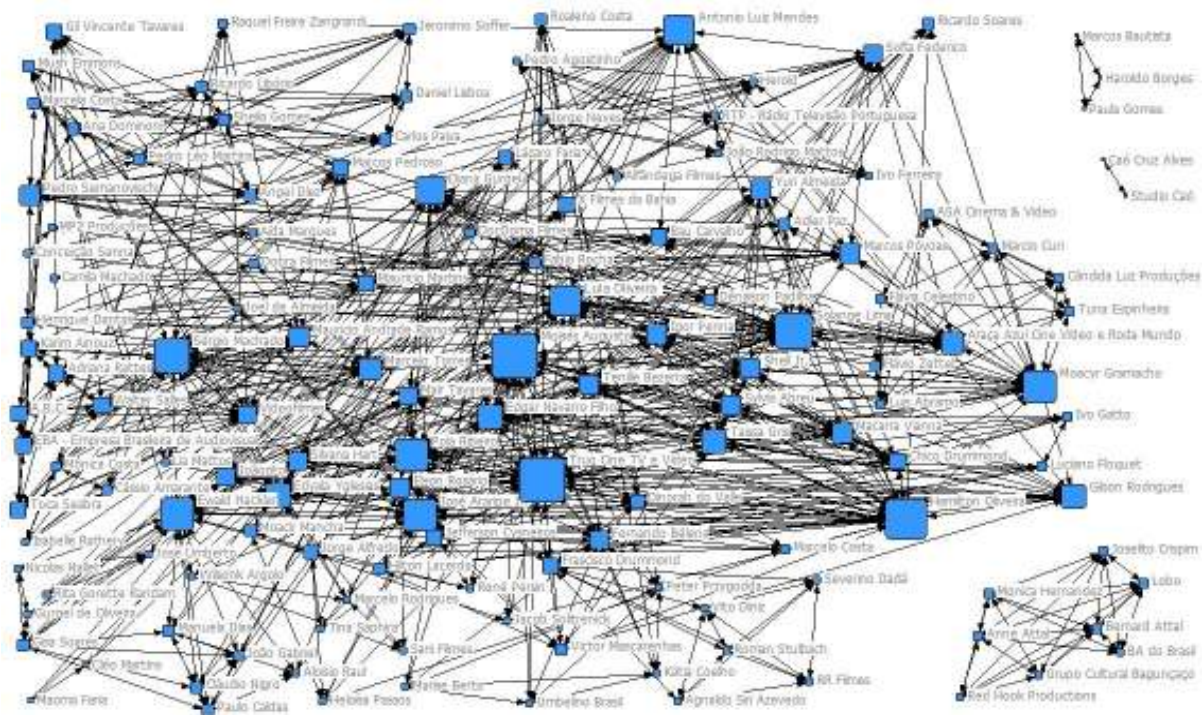


Figura 1

Rede de Produção de Filmes, em película, no Estado da Bahia – 1994-2006

A figura 1 mostra o padrão das interações que emerge das ligações entre diretores, roteiristas, diretores de arte e de fotografia, produtores e empresas produtoras dos filmes, ou seja,

a forma particular de organização desse subconjunto do mercado cinematográfico baiano.

6.2.2 Cliques

Para uma parametrização de, no mínimo, três atores, foram identificados sessenta e quatro (64) cliques nessa rede. No entanto, apesar de importante, a definição de clique é muito restrita, pois em muitos casos, pode ser fonte de pouca informação sobre a rede, se olhado de forma isolada. Para enriquecer as possibilidades de análise, os cliques foram olhados em associação à análise de papéis categóricos e posicionais.

6.2.3 Papéis Categóricos

O quadro 3 demonstra que a rede estudada apresenta 23 atores com papel de corretor de informação: três empresas produtoras, dois diretores de arte, três diretores de fotografia, um montador, sete produtores e sete diretores. O papel de conector central cabe a 21 atores: três empresas produtoras, dois diretores de arte, três diretores de fotografia, um montador, sete produtores e cinco diretores. Não foram identificados os papéis de expansores de fronteiras e especialistas periféricos.

Quadro 3: Corretores de informação e Conectores centrais

Corretores de Informação	<i>Atributo principal</i>	Conectores centrais	<i>Atributo principal</i>
Antonio Luiz Mendes	<i>Diretor Fotografia</i>	Antonio Luiz Mendes	<i>Diretor Fotografia</i>
Araça Azul Cine Vídeo	<i>Empresa Produtora</i>	Araça Azul Cine	<i>Empresa Produtora</i>
Diana Gurgel	<i>Produtora</i>	Diana Gurgel	<i>Produtora</i>
Edgar Navarro Filho	<i>Diretor</i>	Edgar Navarro Filho	<i>Diretor</i>
Edyala Yglesias	<i>Diretor</i>	Elson Rosário	<i>Produtor</i>
Elson Rosário	<i>Produtor</i>	Ewald Hackler	<i>Diretor Arte</i>
Ewald Hackler	<i>Diretor de Arte</i>	Francisco Drummond	<i>Produtor</i>
Francisco Drummond	<i>Produtor</i>	Hamilton Oliveira	<i>Diretor Fotografia</i>
Hamilton Oliveira	<i>Diretor Fotografia</i>	José Araripe Jr.	<i>Diretor</i>
José Araripe Jr.	<i>Diretor</i>	Lula Oliveira	<i>Produtor</i>
Lázaro Faria	<i>Diretor</i>	Marcelo Torres	<i>Produtor</i>
Lula Oliveira	<i>Produtor</i>	Marcos Povoas	<i>Montador</i>
Marcelo Torres	<i>Produtor</i>	Moacyr Gramacho	<i>Diretor de Arte</i>
Marcos Povoas	<i>Montador</i>	Moisés Augusto	<i>Produtor</i>
Moacyr Gramacho	<i>Diretor Arte</i>	Pedro Semanovischi	<i>Diretor Fotografia</i>
Moisés Augusto	<i>Produtor</i>	Pola Ribeiro	<i>Diretor</i>
Pedro Semanovischi	<i>Diretor Fotografia</i>	Sérgio Machado	<i>Diretor</i>
Pola Ribeiro	<i>Diretor</i>	Sofia Federico	<i>Diretor</i>
Sérgio Machado	<i>Diretor</i>	Solange Lima	<i>Produtora</i>
Sofia Federico	<i>Diretor</i>	Truq Cine TV e Vídeo	<i>Empresa Produtora</i>
Solange Lima	<i>Produtora</i>	X Filmes da Bahia	<i>Empresa Produtora</i>
Truq Cine TV e Vídeo	<i>Empresa Produtora</i>	--	--
X Filmes da Bahia	<i>Empresa Produtora</i>	--	--

Verifica-se a importância de atores do elo de produção (diretor de arte, de fotografia, diretor), mas também de atores cujas capacitações ligam-se também à pré-produção – fase em que os recursos necessários à realização dos filmes são captados e articulados – como conectores centrais e corretores de informação. Tal resultado corrobora os de Lampel e Shamsie (2003) e também Kirschbaum (2006), que destacam a importância de capacitação em mobilização de recursos nas novas configurações da indústria cinematográfica, típicas da formação de produtores, articulando recursos de mercado e públicos, mas também a importância das capacitações de transformação de recursos como montadores, diretores de arte, dentre outras.

Essa configuração específica da produção de filmes na Novíssima Onda do Cinema Baiano parece refletir fase ainda embrionária de desenvolvimento e sua concentração na produção de filmes, conforme já foi antes especificado.

6.2.4 Centralidade de grau, de proximidade, de intermediação e de Bonacich

Na rede estudada, destacaram-se como os dez principais atores: Moisés Augusto, *Truq Cine TV e Vídeo*, Hamilton Oliveira, Solange Lima, Sérgio Machado, José Araripe Jr., Pola Ribeiro Ewald Hackler, Moacyr Gramacho e Lula Oliveira (Quadro 4).

Quadro 4: Centralidade de Grau

Ator	Grau	Número de grau	Participação
Moisés Augusto	41.000	29.496	0.027
Truq Cine TV e Vídeo	40.000	28.777	0.026
Hamilton Oliveira	36.000	25.899	0.024
Solange Lima	34.000	24.460	0.022
Sérgio Machado	31.000	22.302	0.020
José Araripe Jr.	30.000	21.583	0.020
Póla Ribeiro	29.000	20.863	0.019
Ewald Hackler	29.000	20.863	0.019
Moacyr Gramacho	28.000	20.144	0.018
Lula Oliveira	27.000	19.424	0.018

De acordo com o quadro 5, há dez atores principais por centralidade de proximidade: *Truq Cine TV e Vídeo*, Solange Lima, Moisés Augusto, Hamilton Oliveira, Lula Oliveira, Pola Ribeiro, Ewald Hackler, Sérgio Machado, Diana Gurgel e José Araripe Jr.

Quadro 5: Centralidade de Proximidade

Ator	Distancia	N Proximidade
Truq Cine TV e Vídeo	3010.000	4.618
Solange Lima	3011.000	4.616
Moisés Augusto	3014.000	4.612
Hamilton Oliveira	3018.000	4.606
Lula Oliveira	3018.000	4.606
Pola Ribeiro	3020.000	4.603
Ewald Hackler	3030.000	4.587
Sérgio Machado	3030.00	4.587
Diana Giurgel	3031.000	4.586
José Araripe Jr.	3031.000	4.586

Conforme visto no quadro 6, há dez principais atores por centralidade de intermediação: Ewald Hackler, Solange Lima, Pedro Semanovischi, Sergio Machado, Moacyr Gramacho, Moisés Augusto, *Truq Cine TV e Vídeo*, Francisco Drummond, Lula Oliveira e Antonio Luis Mendes.

Quadro 6: Centralidade de Intermediação

Ator	Intermediação	Intermediação
Ewald Hackler	1506.455	15.707
Solange Lima	1257.070	13.107
Pedro Semanovischi	995.672	10.381
Sérgio Machado	949.780	9.903
Moacyr Gramacho	905.453	9.441
Moisés Augusto	785.258	8.187
Truq Cine TV e Vídeo	772.810	8.058
Francisco Drummond	570.000	5.943
Lula Oliveira	555.545	5.792
Antonio Luis Mendes	546.497	5.698

Na rede estudada, os principais atores por centralidade de Bonacich são: *Truq Cine TV e Vídeo*, Hamilton Oliveira, Solange Lima, Sergio Machado, Ewald Hackler, Pola Ribeiro, Moacyr

Gramacho, Moisés Augusto, Lula Oliveira, Antonio Luis Mendes e Diana Gurgel (Quadro 7).

Quadro 7: Centralidade de Bonacich

Ator	Poder	Poder Normal
Truq Cine TV e Vídeo	40.000	37.115
Hamilton Oliveira	36.000	33.404
Solange Lima	34.000	31.548
Sérgio Machado	31.000	28.764
Ewald Hackler	29.000	26.909
Pola Ribeiro	29.000	26.909
Moacyr Gramacho	28.000	25.981
Moisés Augusto	27.000	25.053
Lula Oliveira	27.000	25.053
Antonio Luis Mendes	27.000	25.053
Diana Gurgel	24.000	22.269

Em síntese, os indivíduos centrais na rede são responsáveis pela transformação e mobilização de recursos para realização de películas. Eles medeiam trocas e facilitam o fluxo da informação, fortalecendo a rede como um todo. Em todos os indicadores de centralidade, seis atores foram recorrentes: *Truq Cinema e Vídeo*, Solange Lima, Moisés Augusto, Ewald Hackler, Lula Oliveira e Sergio Machado. Conforme visto, são também importantes conectores de informação e centrais. Também devem ser destacados Pola Ribeiro, José Araripe Jr, Diana Gurgel e Moacyr Gramacho que apresentam altos índices de centralidade e desempenham papéis categóricos importantes. Vejam-se alguns dos atributos desses atores.

A *Truq Cinema TV e Vídeo* é a maior produtora audiovisual da Bahia. Fundada em 1988 por Moises Augusto e Sylvia Abreu, atua em publicidade e produção de filmes. Segundo Santana (2006), ela pode ser considerada peça-chave na retomada do ciclo de produção de filmes na Bahia, como responsável pela realização da maioria dos longas da Novíssima Onda Baiana. Evidencia-se assim, a relevância de seu papel e seu poder dentro da rede. Este papel é corroborado pela importância de um dos seus sócios, Moisés Augusto, para a rede.

Solange Lima, produtora baiana e sócia da empresa produtora Araçá Azul, produziu mais de 17 curtas-metragens e colaborou na produção de diversos documentários. Sua atuação no segmento audiovisual ajuda a explicar seu papel central na rede. Foi fundadora e ex-presidente da

ABCV e é a atual presidente da Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas (ABD Nacional). Nesse caso, tais dados reforçam seu papel de conector central e evidenciam seus recursos, que são transacionados na rede.¹² Ilustra também a importância de participação em diferentes redes, conforme apontado por Kirschbaum (2006) e Anticliff *et al.* (2007).

Ewald Hackler é diretor de teatro e cinema, cenógrafo, figurinista, iluminador e professor da Escola de Teatro da Universidade Federal da Bahia. Seus diversos papéis técnicos ratificam a tendência apontada por Lampel e Shamsie (2003), de fusão de papéis nas novas configurações da indústria cinematográfica. Foi responsável pela direção de arte de vários filmes, como 3 Histórias da Bahia, Hansen Bahia e Corneteiro Lopes. A trajetória e as capacitações desse ator são compatíveis com seu papel de conector central da rede.

Lula Oliveira é produtor, diretor e um dos sócios da produtora DocDoma Filmes e atual presidente da ABCV. Dirigiu os filmes Horizonte Vertical e Na Terra do Sol. Também atuou como assistente de direção nos longas: 3 Histórias da Bahia, Eu me Lembro e Jardim das Folhas Sagradas. Foi produtor executivo do filme Cães, ganhador do prêmio da crítica como melhor curta, em 35 mm, no Festival de Brasília de 2008. Lula Oliveira é considerado como um dos representantes da nova geração do cinema baiano e tem uma atuação importante na organização do segmento, fatores que podem explicar a sua posição na rede¹³, de acordo com discussões travadas por Kirschbaum (2006) e Anticliff *et al.* (2007).

Sergio Machado, cineasta baiano, atua principalmente fora do estado. Trabalhou com Walter Salles em Central do Brasil (1998), O Primeiro Dia (2000) e Abril Despedaçado (2001). Seu longa-metragem Cidade Baixa foi selecionado na mostra paralela do Festival de Cannes de 2005. Dirigiu um dos episódios do longa-metragem 3 histórias da Bahia (2001)¹⁴. Possui ligações com atores estratégicos e legitimados nesse mercado, a exemplo de Walter Salles, além de ser o ator com maior experiência em circuitos internacionais. Tais atributos ratificam seu papel de conector central da rede. É o ator com maior exposição e prestígio nos mercados nacional e internacional, fortemente conectado com o complexo multi-midiático da Globo, conforme designação de Matos *et al.* (2008).

Pola Ribeiro, cineasta baiano, é atualmente diretor geral do IRDEB, órgão responsável pela política do audiovisual na Bahia. Foi um dos articuladores da Novíssima Onda Baiana.

¹² Informações do site http://www.aracaazul.com.br/curriculo_sol.htm

¹³ Informações retiradas do site <http://docdoma.blogspot.com/2007/03/entrevista-de-lula-oliveira-para-o.html>

¹⁴ www.filmeb.com.br/perfil

Participou dos filmes Caxundé (1976), A Lenda do Pai Inácio (1987), Três Histórias da Bahia (2001), Eu Me Lembro (2003) e Jardim das Folhas Sagradas (2007). Seus atributos explicam o papel relevante e o poder desse ator na rede. Além dessa trajetória profissional, Pola Ribeiro desenvolve papel ativo na organização do segmento, tendo sido um dos primeiros diretores da Associação Baiana de Filmes (ABCV). Seu caso também é uma ilustração do que foi apontado por Kirschbaum (2006) e Anticliff *et al.* (2007), de participação em múltiplas redes, de onde extrai recursos para competir e cooperar.

José Araripe Jr é cineasta baiano, formado em artes plásticas com especialização em cinema. Integrou a diretoria fundadora da Associação Baiana de Cinema e Vídeo. É autor de Mr. Abrakadabra! (1996), Radio Gogó (1999), 3 Histórias da Bahia (2001) e Esses Moços (2004). Foi agraciado com os prêmios: Troféu Candango, Festival de Brasília, 1996; Cine Ceará Festival Nacional de Cinema, 1996 e Cine PE - Festival do Audiovisual, 1997. Tais atributos são compatíveis com sua posição de conector central. Sua trajetória põe em relevo a importância de prêmios na conformação de prestígio e acumulação de competências reconhecidas por seus pares, de acordo com o apontado por Kirschbaum (2006).

Moacyr Gramacho é arquiteto, artista plástico e atual diretor do Teatro Castro Alves. Atua no cinema como diretor de arte e figurinista em filmes como Eu me Lembro, Deserto Feliz, O Tronco e Kenoma. Dirigiu o filme Cães, ganhador do prêmio da crítica como melhor curta em 35 mm no Festival de Brasília de 2008. Exemplifica caso de polivalência como recurso transacionado na rede, conforme apontado por Lampel e Shamsie (2003).

Diana Gurgel é produtora e sócia da empresa Ondina Filmes. Teve um papel importante na “Novíssima Onda Baiana”. Atualmente é Diretora Executiva do Centro Audiovisual da Bahia – Trapiche Barnabé. Além de profissional de prestígio no segmento, é ativista engajada e tem laços profissionais com grupo estrangeiro que está implantando projeto pioneiro ligado ao audiovisual em Salvador.

7. Conclusões

Para comentar a relação entre papéis categóricos, posições de centralidade e atributos dos atores da rede parte-se de questão já registrada anteriormente na seção de revisão de trabalhos de pesquisa baseados no método de ARS: Qual a importância dos atributos na determinação da

posição dos atores? Conforme já visto, Kirschbaum (2006) responde a essa questão considerando os atributos dos autores sem muita capacidade de explicar os resultados de sua pesquisa. No entanto, Lampel e Shamsie (2003) apontam em sentido inverso, sugerindo que a importância de capacitação em mobilização de recursos nas novas configurações da indústria cinematográfica pode dar prestígio e poder a atores que possuam essa capacitação (atributo) nas redes em que se inserem.

Neste trabalho, segue-se sinalização extraída de Lampel e Shamsie (2003), considerando-se que, em geral, os atributos de cada conector central – capacitação em transformação e articulação de recursos, polivalência de formação e reconhecimento de seu talento por público especializado – podem explicar, em parte, seus papéis e posições de centralidade na rede estudada. Certamente essa importância é definida pelo outro, em consonância com princípio de qualquer análise relacional. Implica também a possibilidade de que os atores conectores centrais e que ocupam posição de prestígio na rede detêm recursos complementares aos de seus pares ou inexistentes na rede, mas relevantes para a finalização do projeto filme. A capacidade de mobilização e de articulação de recursos é especial em sistema de produção por projeto porque viabiliza a reunião de atores dotados de capacidades de transformação de recursos (atores, cenógrafos, computadores gráficos, dentre outros), de captação de recursos financeiros, de apoios de marketings, logísticos, políticos, etc.

Também a análise dos conectores centrais e detentores de poder na rede evidencia que muitos deles são profissionais premiados em suas especialidades, participam de várias redes, a exemplo da ABCV, da RAV, ocupam postos em instituições governamentais de fomento e de exibição em área de audiovisual ou teatral e são polivalentes – a exemplos de Moacir Gramacho que é cenógrafo, diretor de arte e roteirista, de Póla Ribeiro que é Diretor do IRDEB, diretor geral, roteirista e sócio de empresa produtora, e de Diana Gurgel que é produtora independente, sócia da produtora Ondina Filmes e diretora executiva do Centro Audiovisual da Bahia – Trapiche Barnabé. A premiação vincula-se à posse de capital simbólico, enquanto a polivalência, além de refletir elevada capacitação, parece indicar a possibilidade de participação em múltiplas redes, o que contribui para aumentar o poder de influencia de cada um, conforme evidenciado por Anticliff *et al.* (2007), com os atores colaborando entre eles e preservando a rede e, simultaneamente, desenvolvendo ações de salvaguarda de seus interesses. Esses elementos corroboram também a afirmação de Kirschbaum e Vasconcelos (2006) de que a “identidade

inserida” (*embedded identity*) não é fixa no tempo. Durante as suas carreiras, os atores da rede pesquisada buscaram diversificação de formação, modificando seus relacionamentos com outros atores da rede e inserindo-se em outras redes, conquistando uma identidade única, chave para a evolução de sua carreira.

Para dar maior suporte a essa interpretação, levantam-se duas hipóteses. A primeira tem a ver com a relativa defasagem com que as novas formas de organização da produção e do trabalho que emergiram do processo de reestruturação da indústria norte-americana de filmes chegaram ao Brasil. A segunda relaciona-se ao menor desenvolvimento do mercado de produção de filmes na Bahia em comparação ao do Brasil, mais notadamente o de São Paulo e o do Rio de Janeiro, que, paradoxalmente, parece favorecer a existência de formas de organização da produção e do trabalho mais flexíveis e, conseqüentemente, mais parecidas com as formas que tenderam a se difundir com a reestruturação da indústria de cinema norte-americana¹⁵.

Novo argumento deriva da própria história de desenvolvimento em ciclos da indústria baiana de cinema. De fato, é incontestável que se está dentro de uma nova onda de crescimento, denominada de Novíssima Onda Baiana, após mais de 20 anos de jejum em termos de produção continuada de filmes. Ao longo desses mais de 20 anos sem produção sistemática, houve a dilapidação quase total dos recursos formados, infra-estrutura implantada, instituições formadas, fuga de talentos, etc. Nesse meio tempo, quatro acontecimentos foram importantes para a formação dessa nova onda. Primeiro, a constituição de um mercado de empresas de propaganda e publicidade muito forte, que pode ter representado fonte de demanda de vídeos publicitários e institucionais, impactando positivamente em formação de quadros e abrindo janelas de oportunidade para o mercado cinematográfico. Segundo, a constituição de uma política de incentivo à produção audiovisual, em geral, e cinematográfica, em particular, pelos governos federal e estadual, com o lançamento de editais, que têm funcionado como fonte relativamente regular de recursos. Na Bahia, em especial, esses editais têm sido ganhos por muitos dos atores que desempenham papéis centrais na rede de cinema estudada.

Terceiro, o surgimento de cursos voltados à formação de cinema, em unidades de ensino privadas seguidas de unidades federais. Também muitos dos atores centrais das redes estão vinculados a essas instituições, seja como professores, seja como alunos, mas a influência mais

¹⁵ Ressalte-se que há fortes evidências de que, no mercado de produção de filmes na Bahia, verifica-se concomitantemente relações precarizadas de trabalho, o que parece não convergir com tendências predominantes no cenário norte-americano de produção de filmes traçado neste artigo.

sentida são os novos quadros formados que começam a despontar na cinematografia do Estado. E quarto, mas não menos importante, verificou-se o fortalecimento de organismo representativo do setor, a ABCV, que tem conseguido liderar alguns projetos coletivos e tem conseguido engajar nesses projetos os atores mais representativos do setor, além dos novos talentos. Sobre o assunto, cita-se que Lula Oliveira, presidente atual da ABCV, e Solange Lima, ex-presidente, ambos constam como atores detentores de prestígio dentro da rede de cinema da Bahia.

Referências

ANTCLIFF, V. *et al.* **Networks and social capital in the UK television industry: The Weakness of Weak Ties.** London: Human Relations. n. 60, v. 2, p. 371-393, 2007.

BRAGA, M. J. C. *et al.* **Mundos pequenos, produção acadêmica e grafos de colaboração: um estudo de caso dos Enanpads.** In: **Revista de Administração Pública [online].** 2008, v. 42, n. 1, p. 133-154. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n1/a07v42n1.pdf>> Acesso em: 10 nov. 2008.

CASTRO, S. D. **Desenvolvimento do APL de cinema/audiovisual de Goiânia.** 2008. Nota Técnica 09/08. Disponível em: <<http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br>>. Acesso em: 31 mar. 2009.

DURAND, J. C. Prefácio. BENHAMOU, F. **Economia da cultura.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

EARP, F.; SROULEVICH, H. O mercado de cinema no Brasil. In EARP, F.; SROULEVICH, H.; SOUZA, R. G. **Dois estudos sobre economia do cinema no Brasil.** TD 0002/2008. (Série Textos para Discussão).

EPSTEIN, E. J. Introdução: As Duas Hollywood – O Crepúsculo dos Deuses. In: _____. **O grande filme.** São Paulo: Summus, 2008, p. 13-33.

FILME B. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br>>. Acesso em: 30 jul. /2009.

GLYNN, M. A. When Cymbals Become Symbols: Conflict Over Organizational Identity Within a Symphony Orchestra. **Organization Science.** v. 11, n. 3, p. 285-298, 2000.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology,** 78 (6): 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, M. **Getting a job.** A Study on Contacts and Career, Chicago: The University of Chicago Press, 1974.

Políticas Culturais em Revista, 1 (2), p. 88-123, 2009 - www.politicasculturaisemrevista.ufba.br

GUIMARÃES, J. A. A **Novíssima Onda Baiana**. 2006. Disponível em: <http://www.abcvbahia.com.br> Acesso em: 10 set. 2008.

KIRSCHBAUM, C. **A renascença da indústria da brasileira de filmes: destinos entrelaçados?** Revista de Administração de Empresas (FGV), São Paulo, v. 46, n. 3, 2006.

KIRSCHBAUM, C.; VASCONCELOS, F. C. **Tropicália: Manobras estratégicas em redes de músicos.** Revista de Administração de Empresas (FGV), São Paulo, v. 47, n.3, 2007.

KLOTZEL, A. O potencial da indústria cinematográfica no Brasil. In: **Inovação Uniemp**, v. 2, 2006, p. 18-19.

LAMPEL, J.; SHAMSIE, J. Capabilities in motion: new organizational forms and the reshaping of the Hollywood movie industry. In: **Journal of Management Studies**, v. 40, n. 8, Dec., 2003, p. 2189-2210.

MARTES, A. C. B. ; GONÇALVES, S.; NASCIMENTO, Maurício Reinert Do; AUGUSTO, Paulo Otavio Mussi; BULGACOV, S. Apresentação: Fórum - Redes Sociais e Interorganizacionais. In: **RAE. Revista de Administração de Empresas**, v. 46, p. 10-15, 2006.

MATTA, J. P. R. **Análise competitiva da indústria cinematográfica brasileira no mercado interno de salas de exibição, de 1994 a 2003**. 2004. 296 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

MATOS, Marcelo Gerson Pessoa de; GUIMARÃES, Vicente; SOUZA, Rodrigo Guimarães E. **O sistema produtivo e inovativo local de audiovisual do Rio de Janeiro**. 2008. Nota Técnica 10/08. Disponível em www.sinal.redesist.ie.ufrj.br. Acesso em: 31. mar. 2009.

MIZRUCHI, Mark S. Análise de Redes Sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. In: **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 46, n. 3, jul./set. 2006, p. 72-86.

MOUTINHO, L. M. G.; CAVALCANTI FILHO, P. F. **O SPIL do audiovisual de Recife**. 2008. Nota Técnica 08/08. Disponível em www.sinal.redesist.ie.ufrj.br. Acesso em: 31 mar. 2009.

PETERSON, R. A.; ANAND, N. The production of culture perspective. In: **Annual Review of Sociology**. v. 30, 2004, p. 311-334. Disponível em: arjournals.annualreviews.org. Acesso em: 31out. 2008.

POTTS, J.; ORMEROD, P.; CUNNINGHAM, S.; HARTLEY, J. Social network markets: A new definition of the creative industries. In: **CCI Working Paper**, QUT, 2007.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção** – Para quem gosta, faz ou quer fazer cinema. São Paulo: Lamparina, 2007.

SANTANA, Pedro. **Diagnóstico da cadeia produtiva cinematográfica na Bahia**. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) - Universidade Federal da Bahia.

SCOTT, J. **Social network analysis: A Handbook**. 2004. Disponível em: <<http://www.analytictech.com/mb119/tableof.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2009.

TATSCH, A. L.; CAVALCANTE, D.; SPAT, M. D. **O Arranjo de Cinema em Porto Alegre**. 2008. Nota Técnica 07/08. Disponível em: <www.sinal.redesist.ie.ufrj.br>. Acesso em: 31 mar. 2009.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: Methods and Applications**. Cambridge University Press, 2007.