

Empreendedorismo Cultural na Produção Cinematográfica: a dinâmica empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos

José Roberto Ferreira GUERRA (UFPE)

Fernando Gomes de PAIVA JÚNIOR (UFPE)

Resumo

O desenvolvimento do capitalismo informacional tem contribuído para o crescimento da produção de bens simbólicos e, nesse contexto, os produtores culturais possuem a capacidade de se tornarem agentes coletivos de desenvolvimento. O estudo busca compreender como o realizador de filmes pernambucanos revela sua dinâmica empreendedora como expressão do conceito de empreendedorismo cultural. Utilizamos a análise de discurso como técnica de pesquisa e construímos o *corpus* do estudo a partir de entrevistas junto a três realizadores locais. A produção fílmica sugere uma demanda por novos formatos organizacionais orgânicos pautados na colaboração, em “aventuras” conjuntas, na “governança invisível” e numa tomada de decisão colegiada em rede. A tecnologia social interativa que possibilita a geração de capitais por meio da rede social sinaliza para o multidirecionamento da ação empreendedora na arena da cultura ao impor abertura para uma ação multidimensional e dialógica do empreendedor.

1. Introdução

As transformações culturais, econômicas, políticas, científicas e sociais de nossa era não mais caracterizam o sistema de produção capitalista em sua acepção original. Tais mudanças sinalizam uma ruptura com o padrão racional e organizado do modernismo, demarcado por suas configurações elitistas e autoritárias (HARVEY, 1998). Essa nova formação social não mais obedece às leis do capitalismo clássico, tais como a onipresença da luta de classes e o primado da produção industrial (JAMESON, 2004).

Desde o final dos anos sessenta, surge nova linha divisória que rompe com a produção e o consumo de massa ao abrir caminho para a chamada fase da especialização flexível. Sob essa lógica, a flexibilidade do mercado e a decorrente reestruturação do processo de trabalho indicam a crescente maleabilidade da arquitetura organizacional e a adaptabilidade a novas tecnologias de produção, atuando como vetores da orientação econômica utilitarista voltada apenas para relações estratégicas com o mercado (CASTELLS, 2007).

O desenvolvimento desse sistema de produção contribui para o crescimento da produção de bens simbólicos, a exemplo da produção de filmes, paralelo a um processo de diferenciação, cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos (BOURDIEU, 2004). Nesse contexto e na condição de atores sociais, os produtores de bens simbólicos possuem a capacidade de se tornarem agentes de desenvolvimento que observam os interesses gerais da sociedade por meio de sua agência.

O produtor simbólico pode ser compreendido como um sujeito empreendedor. Sobre esse aspecto, destacamos que a noção de empreendedorismo, sob o prisma do pensamento nórdico, realça o papel do empreendedor como um agente de caráter coletivo. Ele tem em mente sua interação direta com membros de sua coletividade, rompendo com a ação atomizada comumente associada aos empreendedores. Assim, a estruturação de imagens diferentes do empreendedorismo coletivo discrimina duas divisões em relação a esse empreendedor coletivo: a) entre indivíduo e agência coletiva; b) entre o comprometimento econômico e social (enquanto base para o envolvimento) (JOHANNISSON, 1998).

Como forma de ilustrar o debate sobre a dinâmica da produção simbólica e a ação do empreendedor como produtor cultural, o estudo concebe o audiovisual como atividade estratégica da política nacional carente de investigação quanto a sua dinâmica inovadora de produção no campo da Administração. Isso tende a gerar um quadro de invisibilidade dessa dinâmica (de produção e consumo) nos debates da área.

O processo de invisibilidade da produção cultural está atrelado à existência do viés economicista que pauta a construção de conhecimento no campo da Administração. O aspecto de regulação da ordem social, a busca por estabilidade e o conforto das certezas eternas constituem algumas das bases de uma teoria organizacional que visa o controle de conflitos e da mudança. Parte desse posicionamento está atrelado ao funcionalismo de ferro e ao estruturalismo ortodoxo que aprisionam a produção de conhecimento na área. O esforço proposto pelo presente estudo está inclinado a uma abordagem pós-moderna indicando a tentativa de rompimento com (1) o *status quo* do campo da administração no que concerne os estudos sobre cultura e produção cultural e (2) a considerar a compreensão do empreendedor como um “homem” dos negócios, atrelado tão somente à dimensão “*business*” do empreendimento (cf. PAIVA JR, ALMEIDA, GUERRA, 2008).

A evolução da organização produtiva em torno do fazer cinematográfico esteve desde o seu início sob o domínio econômico dos países centrais, uma vez que foi sua própria burguesia industrial que financiou o desenvolvimento do cinema tido como o espetáculo

tecnológico da burguesia (BERNARDET, 2004). Esse fato fez com que as tentativas de desenvolvimento de indústrias nacionais de cinema localizadas em países em desenvolvimento, como o Brasil, enfrentassem sérias dificuldades para serem instaladas e para se desenvolverem.

O cenário caótico que circunda a produção cultural, então, coloca em relevo a necessidade de rompimento com noções preestabelecidas de certa autonomia entre a cultura, a economia, a política e as instâncias ideológicas (ESCOSTEGUY, 2006). Como forma de ilustrar a imbricação entre essas esferas, Eagleton (2005, p. 18) afirma que “são os interesses políticos que governam os culturais e ao fazer isso definem uma versão particular de humanidade”. Nesse sentido, “como criaturas literárias e animais políticos, devemos nos preocupar com a compreensão da ação humana e do mundo social como um momento em que algo está fora de controle, mas não fora da possibilidade de organização” (BHABHA, 2007, p. 34), a exemplo do valor que se agrega ao esforço imaterial como tentativa de se sobrepujar outras formas de capital.

Não obstante as dificuldades de se fazer cinema “fora do eixo”, abordaremos especificamente a produção nacional cinematográfica contemporânea ou o “Cinema da Retomada”, em meio ao debate que trata das políticas públicas relacionadas a essa produção e às tecnologias adotadas pelos realizadores. A relação entre o cinema e a indústria se fundamenta no fato de que o cinema não existiria sem os avanços da Ciência e sua apropriação pela indústria. A câmera revela sua tarefa inovadora de captação de imagens em movimento de forma que consiga aprisioná-las e reproduzi-las. Além disso, a industrialização dessa arte permitiu que os filmes fossem reproduzidos em vários lugares do mundo, de modo a estabelecer o diálogo com públicos diversos.

A partir dessa exposição, elaboramos uma questão que norteará o presente estudo: **como o realizador de filmes pernambucanos revela sua dinâmica empreendedora?**

2. Os Empreendedores e o Cinema: conceituando o empreendedor cultural

Diante das mudanças estruturais que alteraram os rumos da economia nas últimas décadas do século passado, não fica difícil perceber por que o empreendedorismo desperta o interesse tanto dos órgãos públicos, como da iniciativa privada e da academia. Especificamente no meio científico, a busca por uma definição do termo “empreendedorismo” e a ação do empreendedor tem sido problemática e confusa em termos de definição (OGBOR, 2000; PAIVA JR., 2004, JULIEN, 2010).

O empreendedorismo desembarca no Brasil contemporâneo com uma roupagem pautada por características tipicamente norte-americanas. O tipo ideal do empreendedor passa a ser constituído com base num padrão machista e atomizado, pautado num arcabouço etnocêntrico. A visão estritamente business comumente associada ao empreendedorismo deixa de lado a potencialidade que o empreendedorismo possui de contribuir para o *desenvolvimento local* (PAIVA JR., CORRÊA; SOUZA, 2006) ou com a *emancipação de grupos sociais periféricos* (PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA, 2008).

A construção de um “outro” empreendedorismo demanda um conhecimento plural e multidisciplinar, centrado em uma *postura crítica e contextualizada* (ALMEIDA; GUERRA; OLIVEIRA, 2008) e pelo entendimento do *empreendedor como sujeito capaz de intervir nas estruturas da sociedade* (MELLO; CORDEIRO; TEIXEIRA, 2006). Essa perspectiva crítica nos reaproxima do entendimento da cultura como um “local” de luta e resistência, ou seja, o empreendedor que atua na produção cultural seria aquele que considera aspectos relacionados à estrutura social, extrapolando os limites de uma prática estritamente econômica (cf.

HALL, 2008; JOHSON, 2006).

A intervenção do empreendedor no ambiente de trabalho terá reflexos em outros grupos sociais com os quais se relaciona fora do empreendimento, reforçando a característica multidimensional do ato de empreender. Nesse sentido, é importante perceber que a noção acerca do empreendedor não deve estar orientada apenas por características individuais, uma vez que sua constituição se alicerça nas relações que ele mantém com o *outro* (PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA; 2008).

Nesse cenário de transformação, a ação dos empreendedores está relacionada com seu perfil reflexivo de atuação. Eles se apresentam como hábeis observadores das oportunidades dos ambientes externo e interno da organização. A mudança de compreensão acerca do empreendedor nos leva ao entendimento de sua ação sob o prisma dialógico em que sua tarefa se viabiliza por meio da relação com sua rede social e pela preocupação com o ambiente externo à organização, ou à unidade empreendedora (BRUYAT; JULIEN, 2001).

Um desafio que permeia a ação do empreendedor na sua dimensão de produtor simbólico reside no imbricamento das estruturas que compõem a sociedade, as quais passam a ser vistas como totalidades complexas e não como estruturas auto-determinadas, como ilustrado por Escosteguy (2006). Nesse contexto, uma dificuldade enfrentada pela produção cultural periférica consiste no processo de extensão da lógica da mercadoria para os diversos setores da indústria criativa (ROCHA, 2005).

Na próxima seção, apresentamos as implicações da dinâmica da produção de cinema na tentativa de criação e fortalecimento de um campo de produção cinematográfica em Pernambuco.

3. O Contexto de Hollywood, a Produção Nacional e o Cinema em Pernambuco

O perfil artístico do cinema foi assimilado por uma ordem industrial, na qual valores específicos atribuídos às artes (transcendência, sublimação) foram ora substituídos, ora incorporados a uma lógica produtiva, onde o lucro passou a ser mais significativo do que o conteúdo dos filmes produzidos. Fruto da aproximação da arte com os avanços tecnológicos, a produção cinematográfica é ao mesmo tempo indústria que requer alto investimento e retorno em longo prazo, e fenômeno estético, cultural e artístico, impregnado de força simbólica em relação à construção e à defesa da identidade cultural nacional (FORNAZARI, 2006).

Destacamos que o mercado cinematográfico é estruturado em torno da presença hegemônica dos Estados Unidos na função de organização e controle da rede internacional de informação, reprodução e transmissão dos produtos culturais produzidos por diferentes culturas. Esse modelo baseia-se no protagonismo de um número pequeno de corporações multinacionais que centralizam a industrialização e comercialização de produtos e serviços de informação e entretenimento (MORAES, 2005).

Os mecanismos de incentivos à produção fílmica se voltam para a desregulamentação do mercado, uma vez que posicionam o Estado como agente que garante certo nível normativo mínimo nos diversos setores da economia, por meio de agências reguladoras, atribuindo o poder de regulamentação à dinâmica do mercado (CASTELLS, 2007; FORNARAZI, 2006). Em relação ao papel do Estado na formulação de políticas para o cinema, podemos dizer que ele foi sempre baseado em políticas de governo e não de Estado, dessa forma, os realizadores nacionais sempre contavam com órgãos de fomento e leis de apoio com vigência máxima atrelada a cada mandado presidencial.

No início dos anos 1990, o setor cinematográfico foi levado ao colapso da produção após o fechamento da EMBRAFILME. Sem a presença do Estado como financiador da

produção e distribuição e como regulador do mercado, o cinema brasileiro perde força e espaço frente ao estabelecimento da lógica norte-americana. A partir do final da mesma década, a intervenção do Governo garante a descentralização e o aumento da produção nacional de filmes por meio de editais (gerais e específicos) que viabilizam a produção de filmes. A amplitude dos editais possibilitou que tanto produtoras de grande porte continuassem a sua produção, como produtoras (as empresas) e produtores mais jovens e de pequeno porte começassem a produzir filmes em regiões que, historicamente, não possuem uma estrutura local de pessoal técnico e equipamentos utilizados em todas as fases da produção do filmes.

O modelo atual adotado pelo Governo brasileiro carece ainda de modificações e ajustes às carências e especificidades do setor. Por ser uma atividade que possui impacto direto na sociedade devido ao seu cunho ideológico, o cinema nacional demanda do Governo um papel pró-ativo na sua consolidação como setor produtivo, colocando-se firmemente contra (ou a salvo) do permanente avanço da indústria de entretenimento norte-americana. Dessa forma, a intervenção do Estado contemplaria a produção cinematográfica como um setor economicamente produtivo e rentável, estratégico do ponto de vista da manutenção da identidade nacional e, por fim, como uma indústria que produz bens que impactam na formação de cidadãos mais conscientes e críticos de sua realidade (AZULAY, 2007).

O ato de falar sobre o cinema pernambucano é um desafio que nos coloca frente a um conjunto de obras que, apesar de ter Pernambuco como pano de fundo, leva-nos em direções diversas quanto à estética e à temática. No entanto, outro ponto a ser novamente num mesmo “bloco”: a produção independente. Esses filmes constituem produções realizadas com distância da afluência de recursos das produtoras e distribuidoras localizadas no eixo Rio-São Paulo, em muitos casos, mantidas e controladas pelo capital internacional.

De modo semelhante à história do cinema brasileiro, Pernambuco conheceu ciclos de produção cinematográfica que colocaram o Estado como um dos mais importantes pólos de produção seja nos anos 20 durante o “Ciclo do Recife”, com os filmes em “super 8” na década de oitenta ou a partir da década de noventa com o “Árido Movie” (GOMES, 1996; CARVALHO, 2006; FIGUEIRÔA, 2000; DUARTE, 1995). Durante esse período, a volta de Pernambuco às telas do cinema tem relação com o movimento Mangubeat que, em meados dos anos 1990, [re]conectou a produção artística pernambucana ao meios de comunicação de massa.

A produção contemporânea de filmes pernambucanos de longa-metragem tem como marco zero o filme “Baile Perfumado” (Lírio Ferreira e Paulo Caldas, 1996). As cenas do filme que mostram o Sertão são permeadas pela música mangubeat e se revelam como o início de um cinema que buscará inspiração em histórias pessoais para contar seus enredos, principalmente aquelas que se passam em lugares pouco observados, visitados ou então evitados, assim como a “caótica urbanidade de onde brotou” (FIGUEIRÔA, 2006).

O ciclo do “Árido Movie” alcançou o reconhecimento internacional, a considerar o mérito de aquisição dos prêmios: o *Tiger Awards* de melhor filme no Festival de Roterdã de 2007 para “Baixio das Bestas” de Cláudio Assis; o “Prêmio da Educação Nacional”, do ministério da educação do governo francês, concedido a “Cinema, Aspirinas e Urubus” de Marcelo Gomes durante o festival de Cannes de 2005; e o *Regard Neuf* da Quinzena dos Realizadores do Festival de Cannes de 2008, conferido ao cineasta Tião pelo curta-metragem “Muro”.

Em oposição aos prêmios de destaque e às críticas, esses filmes ainda encontram dificuldades para se inserir nos circuitos comerciais de exibição. Seja pela falta de empresas distribuidoras que não vêem potencial de consumo nessas produções vistas como periféricas

ou pelos cinemas multiplex já congestionados por títulos que geram renda para conglomerados transnacionais que controlam boa parte das salas de cinema no Brasil (GATTI, 2007).

Falando especificamente dos filmes pernambucanos, Figueirôa (2006, p. 4) mostra que a união “de elementos que à primeira vista não se combinariam, gerando boa repercussão crítica nos que procuram na expressão artística mais do que mera repetição de procedimentos convencionais” não garante a ampla aceitação desses filmes como um produto cultural. Como produtos audiovisuais, essas obras buscam colocar em pauta novos pontos de discussão, colocando-se numa “situação comunicacional que pudesse abarcar suas relações de realização e de recepção – as habituais discussões em torno de produções de baixo orçamento e de sua inserção no mercado cinematográfico” (Idem).

O “Baile Perfumado”, seus realizadores e alguns filmes produzidos na segunda metade da década de 1990 foram colocados dentro do contexto nacional do Cinema da Retomada. O Brasil vivia um pós-Collor que possibilitou o [re]surgimento da cinematografia nacional principalmente pelas leis de incentivo que resultou no aumento da produção de filmes de baixo orçamento. O eco dessas mudanças foi sentido na cidade de Recife em um momento de efervescência cultural, no qual a arte passava a extrair energia da lama da *manguetown*, colocando em sintonia estilos e influências internacionais e o sotaque e a visão de mundo locais. A partir desse momento e de modo gradual, a cultura pernambucana passava uma marca fácil de ser percebida e de agradar os públicos. O diálogo que esses filmes passam a estabelecer com identidades múltiplas contribui para uma revisão e elaboração de questionamentos da nossa história por meio da utilização de linguagens cinematográficas atuais, atuando como um elemento ativo e dinâmico da nossa cultura (FIGUEIRÔA, 2000).

4. Em Busca do Posicionamento de uma Produção Cultural Empreendedora

O conceito de cultura na sociedade contemporânea se manifesta como uma das reflexões mais freqüentes no meio acadêmico. O valor intrínseco das atividades culturais, bem como o reconhecimento benéfico de sua importância para o tecido social, contribuiu com o desenvolvimento de um ramo da Economia que parece ganhar destaque nos últimos anos, a “Economia da Cultura” (cf. BENHAMOU, 2007; VALIATI; FLORISSI, 2007).

A discussão sobre o tema da cultura no contexto da produção e do consumo aponta para uma problemática que demanda esforços teóricos oriundos de campos de conhecimentos distintos, fato que vem a realçar a necessidade de uma abordagem multidisciplinar (YÚDICE, 2004). De modo geral, o cenário caótico que circunda a produção cultural coloca em relevo a necessidade de rompimento com noções preestabelecidas de certa autonomia entre a cultura e a economia, a política e as instâncias ideológicas (ESCOSTEGUY, 2006).

A abordagem plural sugerida contribui para o entendimento mais amplo da cultura e suas relações com as demais esferas da sociedade. Yúdice (2004) assevera que quanto mais caminhamos para esclarecer a “conveniência da cultura” na atualidade, mais nos aproximamos de um campo de prática dinâmico e multifacetado. Sob essa perspectiva, abordamos a produção de cinema em Pernambuco sob o enfoque do Empreendedorismo como possibilidade teórico-empírica (cf. GUERRA, PAIVA JR., 2009)¹.

O cenário atual hiper-competitivo demanda novas estratégias e novas formas organizacionais orientadas para transformações permanentes e inovações contínuas por meio da experimentação. A tecnologia passou a ser assimilada como elemento primordial para o desenvolvimento da economia mundial, desde os setores industriais clássicos até aqueles relacionados com a indústria criativa (CHANAL, 2004). Compreendemos a tecnologia e seu

desenvolvimento como elementos da vida e como uma forma de poder no seio de uma economia informacional, eminentemente simbólica.

Jameson (2004) mostra que essas formas e práticas culturais constituem novas estratégias de representação, assim como uma nova práxis que caminha para estabelecer uma gama de possibilidades artísticas inovadoras. Sobre esse aspecto, destacamos a existência de uma correspondência entre o produto cultural e a subjetividade de quem o faz. Tal postura baseia-se na divergência e na diferença como formas de resistência a um sistema dominante (FREITAS, 2005). Esse posicionamento parece-nos uma reflexão útil para o reforço da necessidade de revermos a ação do empreendedor na sociedade, uma vez que são as próprias estruturas sociais demandam o agir em rede, coletivo.

A difusão da tecnologia e as crescentes facilidades de crédito para sua aquisição possibilitaram que a “margem” excluída do processo central de produção tecnológica se apropriasse dos códigos e das dinâmicas empregadas na produção cultural contemporânea. Esse movimento contra-hegemônico ainda é pouco debatido pela academia no que concerne aos estudos sobre o desenvolvimento tecnológico e/ou sua utilização e apropriação por grupos até então marginalizados pela grande rede, nos termos de Castells (2007), que passaram a se vincular em torno de suas identidades e de uma contextualização sócio-histórica de sua condição como agente de desenvolvimento social apoiado pelo uso inclusivo da tecnologia.

Esse cenário se insere num entendimento da [re]apropriação das ferramentas tecnológicas como um movimento dialético, conforme indicado por Hagedoorn (1989). Esse movimento apropria-se do conceito da *diferença* não como sintoma apenas de subdesenvolvimento, mas como um marco para uso da tecnologia agora baseado numa outra realidade e com propósitos constituídos a partir do levantamento das carências e demandas, não mais do mercado, senão da sociedade e de grupos minoritários que passaram a ter voz e a serem reconhecidos como participantes do processo de desenvolvimento social.

A assimilação das inovações tecnológicas, visando a entrada de profissionais, até então colocados à margem, no circuito da produção cultural por uma via inclusiva constitui uma tecnologia social que poderá reverter o quadro agravante das conseqüências do capitalismo industrial (HAGEDOORN, 1989). Compartilhamos do interesse em investigar a produção cultural por meio de um arcabouço teórico multidisciplinar a fim de abordar sua complexidade. Nesse sentido, a produção cultural contextualizada no setor do audiovisual em Pernambuco será colocada frente a algumas contribuições teóricas advindas do campo do Empreendedorismo, entendendo o produtor cultural como um empreendedor. Tal esforço demarca a busca de uma possível agência empreendedora, ressaltando os aspectos de uma produção pautada no

processo de [re]apropriação de tecnologias utilizadas no ato de produzir filmes (que possibilita a inserção de grupos profissionais periféricos no contexto da produção cultural e favorece a [re]construção contínua de identidades com suporte da cooperação. Esse fenômeno dá margem ao entendimento de novas tecnologias de gestão, oriundas de práticas inovadoras vigentes na indústria criativa (PAIVA JR.; GUERRA; ALMEIDA, 2008, p. 14).

5. Caminhos trilhados: aspectos metodológicos

A importância da linguagem na constituição do mundo social tem sido um ponto de convergência na literatura das ciências humanas. Já nas últimas décadas do século passado, especialmente com a emergência das abordagens construcionistas, assistimos a uma reação ao representacionismo na sociologia do conhecimento, com a desconstrução da retórica da

verdade, e na política com a busca do “empoderamento” de grupos situados fora dos centros. Estes movimentos refletem uma ampla reconfiguração da visão de mundo própria da nossa época.

O reconhecimento da linguagem como constituinte do social foi decisivo para o desenvolvimento de um campo de estudo que busca compreender as relações entre a linguagem e os processos sociais e no qual se situam diversas correntes teóricas com filiações na lingüística, nas ciências sociais e na psicanálise (ORLANDI, 1999; GILL, 2004).

De modo geral Pêcheux (2002) postula que as condições de produção dos discursos são definidas pelos lugares ocupados pelo emissor e receptor na estrutura de uma formação social. Embora diferentes formações discursivas possam ter palavras em comum, as relações entre estas palavras e outras expressões diferirão nos dois casos, porque é a sua relação com outras que determinará o sentido. As palavras mudam o seu sentido de acordo com a posição de quem as utiliza.

Entendemos que “todo discurso esconde uma rede simbólica de relações de dominação ideológica e de poder” como aponta Faria e Meneghetti (2007, p. 119). Por meio do discurso, são criadas dimensões que regulam, monitoram e classificam as regras de comportamento de determinados grupos sociais, atribuindo sentido às práticas sociais desenvolvidas por seus membros. Ainda de acordo com os autores,

“pode-se (...) encontrar o real sentido e as motivações que levam à adoção de um determinado discurso, perfeitamente possível de ser classificado de acordo com ideologias específicas de interesse comum de alguns grupos ou com particularidades convenientes para o emissor atingir seus objetivos” (Ibid, p. 120).

O tratamento dos dados do presente estudo se reveste de uma análise do discurso, conforme as orientações Maingueneau (1998) e Charaudeau e Maingueneau (2004). Na análise do discurso, são os fatos que reclamam sentidos, daí a historicidade dos discursos (ORLANDI, 2003), sendo que estes nunca estão completamente fixados, pois constituem sempre um fluxo instável. Quanto aos produtos com os quais o mercado lida agora, a exemplo do cinema, eles são cada vez mais de natureza cultural, semiótica e, portanto, lingüística. Segundo Fairclough (2001), tem-se produzido uma “lingüísticação” dos produtos e uma “mercantilização” da linguagem, sendo que a linguagem se encontra cada vez mais modelada pelo cálculo e pela intervenção econômica.

O termo análise de discurso é oferecido a uma variedade grande de diferentes enfoques no estudo de “textos” (i.e., fala e/ou escrita). O campo de investigação desse tipo de análise é híbrido, sendo que as disciplinas das quais toma emprestado ‘contribuições’ podem ser elencadas em diversos cantos das ciências sociais, com afiliações históricas complexas, donde uma série de cruzamentos toma lugar.

O *corpus* levantado para o presente estudo foi composto por relatos oriundos de uma entrevista semi-estruturada e de relatos oriundos de entrevistas concedidas por realizadores do cinema pernambucano. Seguindo as orientações de Bauer e Aarts (2002), atentaremos para três aspectos referentes à construção do *corpus*: relevância, homogeneidade e sincronicidade.

Quanto à relevância, os autores destacam a necessidade de os assuntos serem teoricamente relevantes e coletados a partir de um único ponto de vista. Em nosso estudo, essa orientação significa que serão coletadas apenas informações referentes à produção do cinema pernambucano contemporâneo. Já a sincronicidade obedece a um ciclo natural de estabilidade e mudança dos dados, as informações devem ser provenientes de fontes que possuem o mesmo ciclo temporal. Dessa forma, evitaremos a coleta de dados com vieses inerentes ao passar do tempo.

A primeira entrevista é do cineasta Lírio Ferreira que foi co-diretor do “Baile Perfumado” (1997) e quase dez anos depois lançou o seu segundo longa-metragem, “Árido Movie” (2006). Ambos participaram de mostras internacionais e tiveram repercussão na crítica especializada. A entrevista intitulada “Por Trás do Seco, Tem um Mar”ⁱⁱⁱ foi concedida em 2006 em meio à estréia do seu segundo filme a um fanzine eletrônico direcionado à crítica de cinema e música.

No mesmo veículo, coletamos a entrevista concedida por Kléber Mendonça Filho realizada em 2007, intitulada “Desmontando o cinema”ⁱⁱⁱⁱ. Kléber é crítico do Jornal do Comércio e responsável pela grade de exibição do cinema da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), ambos sediados em Recife. Em 2007, seus filmes de curta-metragem tiveram uma mostra especial no festival de cinema de Roterdã, na sessão “Short Features Filmmaker Focus”. Dois de seus curtas-metragem (“Eletrodoméstica”, 2006, e “Vinil Verde”, 2004) foram adquiridos e exibidos pelo Canal Plus, conglomerado francês de mídia.

O terceiro texto a ser analisado foi obtido a partir da transcrição de uma entrevista semi-estruturada com o montador, diretor de fotografia e diretor Marcelo Lordello, membro de uma nova e jovem geração de realizadores que já representam a produção de audiovisual do Estado em festivais nacionais e internacionais. Marcelo foi o diretor de fotografia do curta-metragem “Décimo Segundo”, um dos representantes de Pernambuco no festival de cinema de Brasília de 2007. Em 2008, o filme foi premiado no 18º Cine Ceará e selecionado para o Cine PE (Festival do Audiovisual de Pernambuco) e para o Festival de Cinema de Hamburgo (Alemanha).

Os diálogos extraídos das entrevistas estão codificados com a indicação [E.X – p.x], na qual “E.X” significa entrevista um, dois ou três, de acordo com a ordem dos entrevistados colocada logo acima, e “p.x” indica a página da qual o diálogo foi retirado.

6. Um movimento de análise

Como forma de ilustrar o debate proposto nas seções anteriores, apresentamos alguns posicionamentos discursivos encontrados nos textos analisados. Eles refletem diversos aspectos presentes da dinâmica empreendedora evidenciada na produção de filmes pernambucanos. A seção será orientada em torno de temáticas principais que demarcam o arcabouço teórico do estudo: a ação do empreendedor cultural e a dinâmica da produção cultural empreendedora.

6.1 A ação do empreendedor cultural

A produção contemporânea do cinema pernambucano caracteriza-se pelo fato dos realizadores participarem mutuamente de projetos que simbolizam um **esforço coletivo de produzir filmes**. A representatividade desse esforço, ou a “**brodagem**”, neologismo criado para representar o espírito de coletividade do grupo, sinaliza um esforço de produção baseado num trabalho coletivo, em equipe e que se sustenta até o fim do projeto, no caso, a finalização do filme. Esse espírito coletivista constitui uma tecnologia de gestão pautada pela cooperação e pela confiança. O esforço comum representa a integração de sujeitos que se envolvem em torno de um discurso compartilhado que culmina no fortalecimento do grupo e, conseqüentemente, num crescente nível de respeito e espaço de poder dentro e fora do meio artístico, fortalecendo e viabilizando a continuidade do trabalho do coletivo. Vejamos nos diálogos a seguir como essa coletividade surge nas falas dos realizadores:

Tinha esse espírito mesmo. Nunca houve escola de cinema em Pernambuco, sempre teve espírito de brodagem pra vencer as dificuldades e a pouca grana. A gente trabalha com amigos desde os curtas e, se é difícil você cobrar, essas pessoas dão uma segurança tremenda porque entram mesmo no projeto, não acham que é um trabalho qualquer. O filme tem uma mais-valia na tela maior que a grana que foi gasta. As pessoas se apaixonaram pelo roteiro e houve uma coisa de agregação, de carinho mesmo [E.1 – p.3].

É, e em 2001 eu peguei um dinheiro de herança, comprei um Mac e uma câmera digital, e entrei num curso de Final Cut, o software de montagem de digital. Lá, conheci Daniel Bandeira que fez comigo “Vinil Verde” e “A Menina do Algodão” [E.2 – p.4].

Como podemos perceber, o **resgate das vivências pessoais** desse sujeito permeia sua atuação profissional, nutrindo a busca por inovação em suas produções. Seus discursos trazem referências a um “de arte”. As citações referem-se quase sempre a cineastas cultuados pelo desenvolvimento de linguagens inovadoras no cinema. Mesmo pertencendo a gerações diferentes, os sujeitos comungam da mesma postura, as citações de grandes obras que lhe rendem “respeito” e impressionam seus interlocutores, colaborando para a significação de uma prática inspirada nos grandes mestres e não no cinema de massa. Essa intencionalidade pode ser conferida nos diálogos a seguir:

Tem o Easy Rider, o Dragão da Maldade, do Glauber, os filmes do Sérgio Leone e até do John Ford. E também um filme brasileiro muito pouco visto, de Pernambuco, chamado A Noite do Espantalho, do Sérgio Ricardo [E.1 – p.2].

A tv inglesa foi uma espécie de universidade, via muita coisa do mundo inteiro: cinema indiano, francês, australiano, italiano. Vi até Glauber na tv. Daí voltei pro Brasil, fiz jornalismo, e inventava desculpa pra fazer vídeo usando equipamento do curso [E.2 – p.4].

Não vejo a gente como muito inovador assim não. O cinema tem mais de cem anos e Vertov em 1920 já desbancava muita gente. A gente vai beber na fonte dele e essa fonte é tão... que não se esgota. É se achar muito geniosinho pra achar que a gente tá inovando [E.3 – p.3].

Esses sujeitos são capazes de transformar as bases materiais de seu contexto a fim de gerar uma ruptura com o que está sendo feito e posto como projeto dominante de produção e tecnologia. Em nosso estudo, eles caracterizam-se por uma paixão pelo cinema que culmina na necessidade aprendizado contínuo sobre o ofício e também na **aproximação entre o que eles produzem e o contexto onde vivem**. O discurso carrega a intenção de mostrar o ofício com respeito e seduz o interlocutor que passa a enxergar tais obras como demandantes de uma crítica sempre positiva e de valor superior àquelas que são tidas, em oposição, como feitas mecanicamente. A seguir mostramos os discursos onde esse fluxo entre sujeito e contexto sócio-histórico aparece:

Desde criança, anos 70, viajo pelo sertão de Pernambuco, com meu pai. Até hoje quando eu cruzo o sertão me sinto meio estranho com a geografia, o clima, o tratamento das pessoas. Sempre sentia que penetrava num lugar que não me pertencia. [E.1 –p.3].

“Eletrodoméstica” foi feito no prédio onde eu moro, observo aquilo há muitos anos – é totalmente pessoal. O “Vinil Verde” é em grande parte sobre a morte da minha mãe [E.2 –p.3].

Uma coisa que eu acho interessante é que eu sou muito observador e me inquieto um pouco com certas incoerências. É a partir dessas minhas inquietações, busco tratar de temas e tentar entendê-los e ou pelo menos tornar visível o que para muitos ou faz parte da indiferença cotidiana ou mesmo que sabem que existem, mas não sentem a mínima vontade de conhecer. Tem toda uma pesquisa... como compreensão da alteridade [E.3 –p.1].

6.2 A dinâmica da produção cultural empreendedora

O período de produção atual de filmes em Pernambuco é chamado por Figueirôa (2000) de “Árido Movie”, assim como o filme de Lírio Ferreira. O próprio diretor esclarece de onde o nome vem, relacionando o movimento *manguebeat*, responsável pela **resignificação cultural** de Pernambuco e pela sua [re]inserção no mercado audiovisual brasileiro, com o início dos trabalhos de parte do grupo de cineastas locais na segunda metade da década de 1990. Esse período marcou a emergência de um olhar sobre a cultura pernambucana a partir da mixagem de estilos e linguagens proposta pelo movimento que resultou numa hibridização cultural que garantiu o início da entrada das obras realizadas no Estado, tanto na música e no cinema, em um mercado esgotado, mas que passou a valorizar a diferença como um discurso que poderia realimentar o comércio cultural brasileiro. Esse período de transformação está resumido na fala abaixo:

As pessoas pensam que é um movimento, mas na verdade é uma mística criada pelo cineasta Amin Stepple, com quem eu dirigi um curta chamado “That’s a Lero-Lero”, sobre a passagem do Orson Welles em Recife. Foi criado como um contraponto ao manguebeat. Recife vivia um momento de muita efervescência na música, nas artes plásticas, no movimento de curtas-metragens. E a gente se sentava no bar, com uma idéia na cabeça e um uísque na mão para discutir cinema e essa possibilidade de fazer filmes. Eu, Cláudio [Assis, de Amarelo Manga e Baixio das Bestas], Marcelo [Gomes, de Cinema, Aspirinas e Urubus], Paulo [Caldas, de O Rap do Pequeno Príncipe Contra as Almas Sebosas e Deserto Feliz] e Feijão [Paulo Jacinto, fotógrafo do Baile Perfumado]. O título do filme é uma homenagem a esse tempo [E.1 – p.2].

O sistema de produção independente se coloca como uma nova saída para a produção local, a partir do momento que utiliza a mesma tecnologia empregada nas produções do *mainstream* para realizar **obras que discutem identidades mais próximas da realidade local**, conforme destaca Figueirôa (2006). Essa dimensão pode ser vista no extrato a seguir:

Desde criança, anos 70, viajo pelo sertão de Pernambuco, com meu pai. Até hoje quando eu cruzo o sertão me sinto meio estranho com a geografia, o clima, o tratamento das pessoas. Sempre sentia que penetrava num lugar que não me pertencia [E.1 –p.3].

Eu acho que um bom filme, ou a arte em geral, funciona como uma representação artística da vida, da sociedade, do ser humano. Os filmes têm o valor que eles trazem embutido neles de reflexo [E.2 – p.1].

Eu considero que a gente tenta dialogar o máximo possível com a nossa contemporaneidade, com nossos temas... Na verdade a gente ta fazendo o que a gente tem vontade de ver [E.3 – p.3].

O foco no cotidiano é uma característica comum de parte desses realizadores que colocam em suas produções assuntos, pessoas e acontecimentos até então fora da pauta de produção comercial e que contribuem para uma [re]visão crítica da realidade. Percebe-se,

desta forma, que a identidade enunciativa forte das obras cinematográficas pernambucanas é o **cinema como forma de pensar**, atribuindo aos filmes uma necessidade de possuírem um reflexo da realidade, o que vem a contribuir com a manutenção do posicionamento dessas obras em oposição ao cinema massificado comercial.

A negociação de espaços está vinculada à necessidade das obras circularem na sociedade e encontrarem oportunidades para **gerar diálogo com o público**, que por sua vez encaminha a leitura dessas obras ora com um olhar universal, ora a partir de uma perspectiva mais concreta, como aponta Johnson (2006). Esse cinema, baseado num discurso que se expande além das entrevistas concedidas e dos filmes produzidos, busca na repercussão **junto ao público a existência de um interlocutor**, busca por um diálogo entre produtor-produto-consumidor, que expanda suas críticas, inquietações e reflexões. Nesse sentido, podemos observar essa categoria nas falas a seguir:

O 'Árido' é para deixar dúvidas, não é um filme de respostas, que se fecha. Gosto da sensação de mal-estar no final, sair do cinema pensando no filme [E.1 –p.3].

O que a gente faz não é combate, é uma vontade de realizar mesmo. É mais um trabalho de extrema humildade, de perceber que existe essa conjuntura e que ela é formalizada. Eu acho que ela é meio impossível de ser combatida, mas nada impede que pequenos atos como esses que a gente faz sejam vistos por outras pessoas, entendeu. Eu acho que é uma ação laboriosa de não-conformismo [E.3 – p.1-2].

Acho que na verdade eu faço isso para tentar discutir com as pessoas o que me inquieta. Para ver se eu consigo encontrar outros que sabem dialogar ou até contribuir com minhas interpretações. [E.3 – p.2].

As **facilidades do cinema digital** podem contribuir com o aumento da produção e com a democratização da exibição dos filmes, uma vez que a **película, tecnologia combatida** pelos realizadores mais jovens, representa “atraso” e empecilho à produção, representando uma condição social e econômica que fornece as bases para a produção atual (JOHNSON, 2006). Esses realizadores fazem parte de uma geração que se coloca de maneira favorável e receptiva à tecnologia digital, expandindo essa característica também para o campo onde produzem. A tecnologia digital possibilita que um número maior de cineastas produza filmes sem a necessidade de grandes montantes financeiros, indicando assim um discurso que visa além da inclusão, a adesão a espaços de poder dentro do setor de audiovisual, mesmo que orçamento de um filme considerado de baixo orçamento seja da ordem de dois milhões de reais.

Fica claro o discurso a favor de inovações tecnológicas em oposição ao tradicionalismo da película, forma mais cara de produzir e dominante de exibir filmes. O embate é feito e justifica-se apontando o cinema como algo maior que o comércio cinematográfico ao qual estamos acostumados. O cinema, arte que desde o seu início esteve relacionada com o desenvolvimento da tecnologia (SCHETTINO, 2007), atingiu um momento em que uma nova geração de realizadores, que domina os códigos tecnológicos mais contemporâneos, se coloca como defensores de novas formas de fazer o filme.

Outro aporte dessa geração foi a **ação indutora do Estado** com os seus mecanismos de captação de recursos gera uma convergência de falas quando o Estado é citado como um ator-chave para manutenção dos incentivos financeiros dados ao setor, colaborando com a manutenção do discurso a favor do aparato estatal que no momento atual do cinema pernambucano representa a maior e mais importante fonte financiadora dessas obras. Podemos ver essa situação em enunciados como:

Na verdade, a gente se formou e iniciou uma carreira numa fase meio anacrônica porque foi um histórico da produção nacional. O incentivo à produção independente tá se tornando cada vez maior. Esse ano, por exemplo, foi um momento raro. O Governo do Estado de Pernambuco criou um edital só para o audiovisual com um montante de dinheiro que a gente nunca viu, dois milhões de reais, e provavelmente não que vem vai ter mais. O Ministério da Cultura também abriu... Nada impede que a produção independente de custos próprios seja feita [E.3 – p.2].

Embora fique claro que o apoio do Estado, nas suas três esferas, ainda seja incipiente para que o ritmo de produção dos filmes brasileiros que dependem desse mecanismo de captação de recurso se desenvolva de forma mais dinâmica, ele constitui a única fonte que se coloca como financiadora do cinema independente nacional, sendo este cinema aquele mais propenso à inovação. Muitas vezes, o Estado financia produtos que são exibidos em festivais e recebem destaque quanto ao mérito artístico da obra, mas que depois não encontram espaço para serem exibidos. Esse problema e o controle dos canais de exibição e distribuição por empresas estrangeiras resulta na necessidade de criação, aprimoramento e manutenção de políticas públicas voltadas para a cultura que garantam a circulação do filme.

Mesmo que não possamos ver um conjunto coeso de perspectivas temáticas e estilísticas dos realizadores pernambucanos, podemos ver que as bases materiais comuns a maior parte dessas produções está envolta de um projeto coletivo de fazer cinema, numa perspectiva crítica em relação à realidade local e ao fato de se beneficiar do Estado para manter o nível atual de produção. Em seus discursos podemos perceber muitas semelhanças quanto ao posicionamento desses realizadores em relação ao cinema hegemônico; a utilização de referências passadas para classificar seus trabalhos; e como eles costumam suas experiências, culminando na projeção de um campo discursivo no qual a maior parte dos discursos envolvidos não apresentam divergências, a não ser quanto a questões estéticas, característica inerente à subjetividade artística.

7. Créditos Finais: algumas considerações

Como forma de destacar aspectos conclusivos emergentes deste estudo voltamos ao objetivo inicial como uma questão norteadora para nossas considerações: **como o realizador de filmes pernambucanos revela sua dinâmica empreendedora?**

Muito do que é produzido atualmente no campo da cultura é logo incorporado à lógica do sistema de produção vigente. Dessa forma, os artefatos culturais fazem parte do sistema atual de circulação global de símbolos, ficando, então, sua produção e consumo incorporados à economia virtual e desmaterializada característica do capitalismo informacional. Esse cenário impõe regras e condições para se produzir que dificilmente são alcançadas pelos empreendedores (produtores de símbolos) localizados em territórios à margem dos centros de controle econômico e político do mundo. Por sua vez, no campo da produção cultural, vimos a importância de se ter em mente a conexão entre o produto cultural e a subjetividade de quem o desenvolve, reconhecendo-se, portanto, o protagonismo do empreendedor cultural. Nesse sentido, a ação do realizador fílmico o aproxima da concepção do “empreendedor humanizado”, um produtor simbólico do campo da cultura que desenvolve seu artefato cultural na esfera de uma articulação plena com sua rede social.

Podemos considerar a relevância da demanda por novos formatos e estruturas organizacionais de cunho eminentemente orgânico, os quais, por sua vez, direcionam esforços para a criação de novas tecnologias de gestão. A organização da produção do filme evoca o

que se conhece por “gestão de projetos” e indica a necessidade de revermos a dinâmica de novos formatos organizacionais pautados, sobretudo, na colaboração, em “aventuras” conjuntas, em uma “governança invisível” e na tomada de decisão colegiada, em rede.

A tecnologia social interativa que possibilita a geração de capitais (intelectual, social, econômico e cultural) por meio da rede social indica o multidirecionamento da ação empreendedora manifestado na arena da cultura. Essa ação se contrapõe ao entendimento da visão reativa e unidirecional das estratégias tradicionais orientadas para o mercado. Isso também desestabiliza a lógica utilitarista vigente no olhar sobre o fenômeno empreendedor e sugere uma abertura de entendimento dos estudiosos para a ação multidimensional e dialógica do empreendedor (cf. PAIVA JR., CORRÊA; SOUZA, 2006; ALMEIDA; GUERRA; OLIVEIRA, 2008; MELLO; CORDEIRO; TEIXEIRA, 2006).

O cinema independente produzido em Pernambuco opõe-se ao discurso hegemônico de base exclusivamente mercantil ao causar rupturas em relação à maneira “hollywoodiana” de produzir filmes. Essa mudança se repercute no nível da produção e da circulação de bens simbólicos. Portanto, nas formações discursivas em torno da produção pernambucana, os realizadores assumem o desafio de criar um cinema que atua como forma de ir além da tela, inquietando a platéia como interlocutora desse discurso.

A produção cultural está pautada em um processo de [re]significação cultural, vislumbrado por meio de um esforço coletivo de produção audiovisual, a considerar que a experiência de Pernambuco revela uma dinâmica empreendedora multifacetada, na qual conflitos e nuances culturais, sociais, econômicas e políticas interagem continuamente. Dessa forma, o entendimento desse campo a partir de uma lente multidimensional e interativa poderia contemplar a face empreendedora dessa produção “fora do eixo”.

8. Agradecimentos

Este estudo é parte integrante de um trabalho maior incentivado pelo CNPq ao qual os autores são sinceramente gratos.

Referências

- ALMEIDA, S. L.; GUERRA, J. R. F.; OLIVEIRA, M. A. F. O Desenvolvimento de Competências Empreendedoras em Ambientes de Pré-Incubação: o empreendedor noviço como praticante reflexivo. **Caderno de Resumos do V EGEPE**, São Paulo, 2008.
- AZULAY, T. J. Por uma política cinematográfica brasileira do século XXI. In: MELEIRO, A. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. v. II, América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007, p. 65-97.
- BAUER, M.; AARTS, B. A Construção do *Corpus*: um princípio para coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (edt.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema?** São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BHABHA, H. K. **O Local da Cultura**. 4. reimp. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- BRUYAT, C; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, n. 2, p-165-180, 2001.
- CARVALHO, L. A. **Pressões ambientais e mudanças institucionais no campo do cinema**

- em Pernambuco. 2006. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UFPE, Recife, 2006.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- CHANAL, V. Innovation management and organizational learning: a discursive approach. **European Journal of Innovation Management**. v. 7, n. 1, 2004, p. 56-64.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- DUARTE, E. **A Estética do Ciclo do Recife**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1995.
- EAGLETON, T. **A Idéia de Cultura**. São Paulo: Editora da Unesp, 2005.
- ESCOSTEGUY, A. C. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, T. T. (org. e tra.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.133-166.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FARIA, J. H.; MENEGHETTI, F. K. Discursos Organizacionais. In: FARIA, J. H. (org.) **Análise Crítica das Teorias e Práticas Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2007.
- FIGUEIRÔA, A. **Cinema Pernambucano: uma história em ciclos**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.
- _____. *O mangubeat* cinematográfico de Amarelo Manga: energia e lama nas telas. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do **VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**. Brasília, 2006.
- FORNAZARI, F. K. Reforma do Estado e Agências Reguladoras: o Caso ANCINE e ANCINAV. **Anais do XXX EnANPAD**, Salvador, 2006.
- FREITAS, L. C. **Uma Pós-Modernidade de Libertação: reconstruindo esperanças**. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.
- GATTI, A. P. O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? In: MELEIRO, A. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. v. II, América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007, p. 99-142.
- GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M W.; GASKELL, G. (edt.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- GOMES, P. E. S. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- GUERRA, J. R. F.; PAIVA JR., F. G. [Re]pensando a Articulação entre o Empreendedorismo e a Produção Cultural: o olhar inspirado nos Estudos Culturais. In: V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2009, Salvador. **Anais do V ENECULT**, 2009.
- HAGEDOORN, J. **The Dynamic Analysis of Innovation and Diffusion: a study in process control**. Londres: Pinter Publishers, 1989.
- HALL, S. **Da Diáspora: identidade e mediações culturais**. 2. reim. rev. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 7. ed. Loyola. São Paulo, 1998.
- JAMESON, F. Marxismo e Teorias do Pós-moderno. In: _____. **Espaço e Imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- JOHANNISSON, B. Entrepreneurship as a collective phenomenon. **RENT XII**, Lyon, França, novembro, 1998, p.1-41.
- JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, T. T. (org. e tra.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 07-131.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo Regional, Economia do Conhecimento: uma metáfora dos romances policiais**. São Paulo: Saraiva, 2010.

- MAINGUENEAU, D. **Termos-Chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- MELLO, S. B. C.; CORDEIRO, A. T.; TEIXEIRA, C. C. de M. Condições e contradições do ensino-aprendizagem: reflexões acerca de uma pedagogia político-crítica em Paulo Freire no contexto de uma sociedade de consumo. **Contrapontos**, Itajaí, v. 6, n. 3, p. 477-494. set/dez 2006.
- MORAES, D. Apresentação. In: _____. (org). **Por uma outra Comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- OGBOR, J. Mythcizing and Reification in Entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n. 5, jul., p. 605-635, 2000.
- ORLANDI, E. P. Vão surgindo os sentidos. In: _____. (org). **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional**. 3 ed. Campinas: Pontes, 2003. 11-25.
- PAIVA JR.; F. G.; GUERRA, J. R. F.; ALMEIDA, S. L. Produção Cinematográfica e Estudos Culturais: uma Análise dos Discursos do Cinema Pernambucano Contemporâneo. In: XXXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 32, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.
- PAIVA JR.; F. G.; ALMEIDA, S. L. GUERRA, J. R. F. O Empreendedor Humanizado como uma Alternativa de Empreendedorismo: uma inspiração conceitual a partir do filme *Beleza Americana*. **Caderno de Resumos do V EGEPE**, São Paulo, 2008.
- PAIVA JR.; F. G.; CORRÊA, M. I. DE S.; SOUZA, A. C. R. A Identidade Cultural e a Articulação de Caráter Empreendedor na Busca por um Desenvolvimento Local. **Anais do XXX ENANPAD**, Salvador, 2006.
- PAIVA JR.; F. G. **O Empreendedorismo na Ação de Empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz**. Tese (Doutorado). CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, 2004.
- PÊCHEUX, Michel. **O Discurso**. Estrutura ou acontecimento. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2002.
- ROCHA, M. E. da M. Dos Marxismos aos Pós-Modernismo: a mídia nas obras de Fredric Jameson e Jean Baudrillard. **Estudos de Sociologia, Rev. do Progr. De Pós-Graduação em Sociologia da UFPE**, v. 11, n. 1,2, 2005, p. 11-30.
- SCHETTINO, P. B. C. **Diálogos sobre a Tecnologia do Cinema Brasileiro**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- VALIATI, L.; FLORISSI, S. (org.) **Economia da Cultura: bem-estar econômico e evolução cultural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.
- VIEIRA, M. M. F.; CARVALHO, C. A. Campos organizacionais: de *wallpaper* à construção histórica do contexto de organizações culturais em Porto Alegre e em Recife. In: XXVII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.
- YÚDICE, G. **A Conveniência da Cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2004.

ⁱ O estudo de Guerra e Paiva Jr. (2009, p. 2) apresenta um “arcabouço teórico que destaca o papel do empreendedor cultural no centro da ação social”. Em nosso estudo, entendemos que a dinâmica da produção cultural é constituída por meio de relações, uma construção social, e buscamos ir além do entendimento acerca da produção cultural no campo da Administração sob a égide dos campos organizacionais pautado em uma epistemologia estruturalista (cf. VIEIRA; CARVALHO, 2003). O resgate do sujeito como centro da ação a ser investigada destaca “os princípios políticos da cultura com foco na (re)construção de identidades e no diálogo constante entre indivíduo e contexto, entre o eu e a sociedade” (GUERRA; PAIVA JR., 2009, p. 2).

ⁱⁱ Lírio Ferreira. Título: Por Trás do Seco, Tem um Mar. Data de publicação: 22/06/2006. Disponível em: <http://www.pilulapop.com.br/ressonancia.php?id=50>. Acesso em 11 de fev. de 2007.

ⁱⁱⁱ Kléber Mendonça Filho. Título: Desmontando o cinema. Data de publicação: 25/10/2007. Disponível em: <http://www.pilulapop.com.br/ressonancia.php?id=89>. Acesso em 13 de dezembro de 2007.