Cátedra Ozires Silva
Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis

EMPREENDEDORISMO CULTURAL

A criação da Revista Livre de Cinema

Fernando A. P. Gimenez
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.
fapgimenez2009@hotmail.com

RESUMO

Iniciar um novo empreendimento relacionado à cultura, mesmo que sem fins lucrativos, envolve um conjunto de decisões simples e complexas voltadas para sua sustentabilidade a longo prazo. O objetivo deste artigo é descrever o processo de criação da Revista Livre de Cinema (RELICI) na forma de narrativa de uma história baseada em reflexão do próprio empreendedor. Nesta descrição é dada ênfase ao capital social do empreendedor, apontando como este permitiu a articulação de competências e recursos na rede de contatos do empreendedor. O uso de informação e conhecimento adquiridos pelo empreendedor cultural na sua carreira acadêmica em um campo de conhecimento distinto foi fundamental para esta iniciativa empreendedora. As decisões que foram tomadas revelam uma sequência de ações para a preparação, iniciação, lançamento e consolidação do novo empreendimento cultural. Os resultados indicam que este empreendimento cultural foi bem sucedido na superação dos três primeiros estágios, encontrando-se em fase de consolidação, após dois anos e meio de seu surgimento, por meio da publicação do primeiro número.

Palavras-chave: Cinema; Empreendedorismo cultural; Capital social; Rede de contato; Publicação

Abstract

Starting a new venture related to Culture, even a not for profit one, involves a set of simple and complex decisions aiming at its long-term sustainability. The objective of this paper is to describe the creation process of Revista Livre de Cinema (RELICI), in the form of a personal narrative by the entrepreneur. In this description, emphasis is given to the cultural entrepreneur's social capital, pointing out how it allowed for the articulation of competencies and resources available in the cultural entrepreneur's network. The use of information and knowledge acquired by the cultural entrepreneur in a previous academic career in a different scientific subject was fundamental in this entrepreneurial initiative. The decisions that were taken reveal a sequence of actions for preparing, initiating, launching and consolidating the new cultural venture. Results indicate that this cultural venture has been successful in surpassing the three initial stages, and decisions are being sought for its consolidation, after two and a half years of its birth, by the publication of its first issue.

Keywords: *Cinema; Cultural entrepreneurship; Social capital; Network; Publication*

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo cultural tem sido apontado como integrante de um setor estratégico para o desenvolvimento local que é a Economia Criativa (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2014; SOUSA; PAIVA JÚNIOR; XAVIER FILHO, 2015). É também visto como um aspecto central no crescimento e no desenvolvimento das economias (BRAGA, 2015). Assim como na criação de uma nova empresa, a iniciativa de realizar uma nova atividade relacionada ao campo da cultura, mesmo que sem fins lucrativos, envolve uma série de decisões, algumas simples, outras complexas, mas todas voltadas para a sustentabilidade em longo prazo do empreendimento que surge.

Esse conjunto de decisões passa inicialmente por escolher o campo de atuação do novo empreendimento, decidindo sobre qual será o produto ou serviço que se oferece para a sociedade. Além disso, é preciso escolher ou buscar tecnologias que tornem possível a produção dos produtos ou prestação de serviços, bem como outras tecnologias que permitam que o público-alvo desse novo empreendimento tenha acesso ao produto/serviço. Por fim, é necessário criar uma forma ordenada de trabalho com definições de tarefas e processos que permitam que o empreendimento seja bem sucedido.

Borges, Filion e Simard (2013) apontam a existência de quatro etapas no processo de criação de uma empresa: iniciação, preparação, lançamento e consolidação. Estas mesmas etapas podem ser vistas na criação de um empreendimento cultural. Em todas as etapas, decisões devem ser tomadas sobre a obtenção e aplicação de recursos que podem ser humanos, sociais, financeiros, físicos, tecnológicos e organizacionais. Estes podem ser classificados como simples ou complexos. Os primeiros são tangíveis, descontínuos e baseados na propriedade; os últimos são intangíveis, sistemáticos e baseados no conhecimento (BRUSH; GREENE; HART, 2002). Em síntese, empreender é um processo que se relaciona com a busca e articulação de recursos de diferentes naturezas buscando sua integração e uso de forma eficaz e eficiente.

Um novo empreendimento inicia-se, em geral, a partir da percepção de uma oportunidade para empreender, sendo a descoberta de oportunidades, a questão central da atividade do empreendedor (FILION; DOLABELA, 2000). Mas, recentemente, o capital social foi apontado pela literatura como um dos principais fatores de sucesso na criação de novas empresas (BORGES; FILION, 2012; GREVE; SALAFF, 2003). De forma simples, o capital social nada mais é que o conjunto de relações do empreendedor e os recursos que podem ser mobilizados por meio dessa rede na construção e crescimento de um empreendimento (BORGES; FILION, 2012).

Um aspecto central do capital social é que este facilita ao empreendedor a identificação e aquisição de diferentes tipos de recursos. O capital social da organização refere-se ao conhecimento e à informação aos quais as organizações podem ter acesso, utilizando suas conexões formais e informais com agentes externos – como clientes, mão-de-obra terceirizada de outras organizações e

assim por diante (ANAND; GLICK; MANZ, 2003).

Desde os anos 80 do século passado, tem-se apontado o impacto de redes e contatos sociais sobre o empreendedorismo. Nesse campo há uma perspectiva emergente que sugere que empreendedores desenvolvem seu capital social construindo redes de contatos que fornecem fontes externas de informação, apoio, recursos financeiros e conhecimento, permitindo uma aprendizagem mais ampla (BORGES; FILION, 2012; ANAND; GLICK; MANZ, 2003; COPE; JACK; ROSE, 2007).

O objetivo desse texto é descrever o processo de criação da Revista Livre de Cinema - RELICI. Nesta descrição será dada ênfase ao papel do capital social do criador da RELICI, apontando-se como este permitiu a articulação de competências e recursos disponíveis em sua rede de contatos. Com essa finalidade, o texto está estruturado em quatro seções adicionais. Na próxima apresenta-se uma revisão da literatura sobre o processo empreendedor e o papel do capital social em seu desenvolvimento. Na sequência se descreve os antecedentes da história de vida do criador da RELICI que ajudam a entender sua criação. A quarta seção é dedicada à apresentação da forma com que a RELICI foi estruturada e os resultados que foram observados em sua curta trajetória. Por fim, conclui-se o texto com uma reflexão sobre de que forma esta experiência de empreendedorismo cultural reforça a importância do capital social no sucesso de um empreendimento.

CAPITAL SOCIAL E O PROCESSO EMPREENDEDOR

O capital social e sua relação com o processo empreendedor é um tema que vem sendo abordado mais amplamente tanto na literatura estrangeira (ANDERSON, MILLER, 2003: DE CAROLIS, SAPARITO, 2006; LIÑÁN, SANTOS, 2007) quanto no Brasil (BORGES, 2011; DUCCI; TEIXEIRA, 2011; CAMPOS; MORAES; LIMA, 2015). Em associação com o tema do capital social, debate-se a utilização de redes de contatos sociais formais ou informais para a criação de novos empreendimentos. A partir das redes de contatos formais e informais, o capital social é desenvolvido pelo empreendedor, já que estas facilitam o acesso a informações, conhecimento e recursos que sustentam a criação e crescimento de novos empreendimentos.

A lógica que explica este interesse reside, principalmente, em aspectos de sustentabilidade econômica dos empreendimentos. Para Cassol e Giusta (2007), a vantagem competitiva sustentável para os novos empreendimentos, bem como para empresas já existentes, depende muito dos conhecimentos e recursos externos, em especial de competências relacionais que lhes permitam localizar e absorver conhecimentos exteriores com maior rapidez.

Este argumento é consistente com a posição de outros pesquisadores que sugerem que a construção do capital social de empreendedores é baseada em redes de contatos que fornecem fontes externas de informação, apoio, recursos financeiros e conhecimento, permitindo uma aprendizagem

mais ampla (ANAND; GLICK; MANZ, 2002; GREVE. SALAFF, 2003; COPE, JACK, ROSE, 2007).

No campo do empreendedorismo cultural, Braga (2015) comenta que o surgimento do empreendedorismo cultural se deu em meados da década de 1990, com a aparição das chamadas indústrias criativas, iniciando-se na Austrália e Inglaterra. Embora, afirme que muitos dos chamados empreendedores culturais não assumem voluntariamente este papel e não têm vocação empresarial, o autor enfatiza que os empreendedores culturais são "forçados a capitalizar e explorar o seu conhecimento, para colocar para trabalhar suas redes de contatos, mesmo para se apropriar de conhecimento coletivo e, em última análise, a operar sob lógicas que são totalmente estranhas a eles, mas que, no entanto, são as que definem o funcionamento dos mercados culturais" (p. 230-231).

A relação entre capital social e empreendedorismo foi abordada, empiricamente, em diversos estudos. A partir de análise comparativa entre empreendedores e não empreendedores, Davidsson e Honig (2003) evidenciaram que capital social baseado em laços fortes, tais como, pais e amigos com experiência empreendedora prévia esteve associado com o envolvimento em atividades empreendedoras.

Processos de aquisição e exploração de conhecimento, por meio do capital social, são associados à construção de vantagem competitiva. Yli-Renko, Autio e Sapienza (2001) investigaram esta relação e demonstraram que o capital social levou a maior aquisição de conhecimento. A busca de conhecimento, neste estudo, relacionou-se à vantagem competitiva por meio de desenvolvimento de novos produtos, diferenciação tecnológica e eficiência em custos de vendas.

Em estudo com empreendedores de empresas de base tecnológica, Anderson, Park e Jack (2007) afirmam que o capital social, muito mais que algo que os empreendedores possuam, é um artefato relacional social produzido em interações sociais que surge de um sistema de conexões variadas desenvolvidas pelo empreendedor em um processo evolutivo. Nesse sentido, Borges e Filion (2012) analisaram a evolução do capital social ao longo do processo de criação de uma empresa nas etapas de iniciação, preparação, lançamento e consolidação. O estudo evidenciou diferentes usos do capital social em cada uma das etapas. Na etapa de iniciação, este foi essencialmente tecnológico, se diversificando até a etapa de consolidação, com um crescimento da mobilização da rede de negócios.

Estas relações têm se confirmado em outros estudos. Zhao, Ritchie e Echtner (2011), em um estudo quantitativo realizado na China, encontraram forte influência do capital social na habilidade de um indivíduo para empreender e para criar um empreendimento turístico. Ducci e Teixeira (2010) descreveram um estudo de caso em que as redes sociais foram utilizadas por um empreendedor para construção do capital social nas fases de criação e desenvolvimento de uma empresa. Scott

(2012), no campo do empreendedorismo cultural, enquanto estudando empreendedores musicais, salientou a importância de habilidade de conversão de relações em capital social e reconhecimento de potencial empreendedor na realização de trocas sociais e simbólicas. Anderson e Miller (2003) apontaram a relação entre capital social e classe econômica do empreendedor revelando que os de classes menos favorecidas tiveram mais dificuldades em desenvolver seu capital social e utilizá-lo em processos empreendedores.

Em síntese, a literatura aponta uma relação forte entre capital social e processo empreendedor. Nas seções seguintes, descreve-se a história de criação da Revista Livre de Cinema. Nesta altura, o leitor pode estar sentindo falta de uma seção de procedimentos de pesquisa. Esta seção não integra este texto, por uma razão simples. O texto reflete a reflexão pessoal do próprio empreendedor que é, também, o autor do artigo. Uma pequena transgressão aos rigores do rito da escrita acadêmica, baseada na esperança de que a reflexão traga uma contribuição científica ao campo de estudos do empreendedorismo.

ANTECEDENTES DA GÊNESE DA REVISTA LIVRE DE CINEMA

Era uma vez um professor de Administração que também era um cinéfilo. Desde sua adolescência o cinema fez parte de sua forma de entender e lidar com o mundo. Tendo concluído seu curso de graduação em administração na Universidade Estadual de Londrina em agosto de 1981, logo em seguida iniciou sua carreira docente como professor de Administração na mesma universidade.

Desde a adolescência o cinema lhe atraiu fortemente. Com o passar dos anos, tornou-se um cinéfilo e o cinema passou a ser parte constante de sua vida. Muitas vezes, pode usar filmes como fonte de inspiração para discutir questões empresariais e administrativas.

Em sua trajetória fez mestrado, doutorado, ocupou cargos de gestão universitária, mas sempre procurou estudar a gestão em pequenas empresas e o empreendedorismo. Foram mais de três décadas nesse campo de trabalho que ainda o ocupa. Em sua vida acadêmica, acabou ajudando a consolidar o campo de estudos do Empreendedorismo no Brasil e, em 2012, foi o criador e primeiro editor da Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE. Esta foi uma iniciativa da Associação Nacional de Pesquisadores em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – ANEGEPE, criada em 2011, da qual foi um dos fundadores. Foi o editor da REGEPE por dois anos e meio, tendo recentemente deixado a função de editor adjunto.

Certo dia, participando de um festival de cinema em Curitiba, tomou conhecimento de um curso de especialização em cinema. Viu nesse momento a oportunidade de fazer algo que sempre desejara desde sua juventude: estudar cinema. Começou com uma conversa com a coordenadora para saber se havia algum requisito de formação na área para participar do curso. A resposta foi estimulante: não era necessário ter estudado cinema anteriormente.

Inscreveu-se no curso e começou a frequentar as aulas.

Desde 2012, começara a publicar textos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas em um blog que criara (www.3es2ps.blogspot.com). Sentia-se insatisfeito com as formas tradicionais de publicar seus estudos e relatos de pesquisas da área. Como em todos os campos de conhecimento, na Administração de Empresas o conhecimento é disseminado por meio de periódicos científicos que seguem alguns procedimentos formais de avaliação dos trabalhos que recebem dos estudiosos. Sua insatisfação estava relacionada tanto com o excessivo formalismo da produção científica tradicional quanto com a avaliação prévia por pares. De forma um pouco rebelde, sempre foi de opinião que os leitores é que deveriam ser os juízes dos artigos publicados. Assim, adotou um estilo mais livre e menos formal nos textos que escreve para esse blog.

Foi durante as aulas da especialização em cinema que teve uma ideia que se mostraria importante para o surgimento da RELICI em 2014. Assim como criara um blog para escrever de forma livre sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, pensou que poderia fazer o mesmo com as reflexões que estava fazendo a partir das aulas e das leituras sobre cinema. Assim, em janeiro de 2013, surgiu o blog Leituras em Cinema (www.leiturasemcinema.blogspot.com). Em pouco mais de dezoito meses, publicou 64 posts com comentários sobre livros, filmes, artigos e outros textos no campo do cinema. Embora, de forma menos frequente, continua escrevendo textos para esse blog.

A experiência de editor da REGEPE e a lida constante com os dois blogs que criara tornaram-se fortes motivadores para fazer algo mais no campo do cinema. Inspirado pelo Professor Fernão Pessoa Ramos em aula inaugural do curso de especialização, foi buscar um entendimento mais amplo do que é o campo dos Estudos de Cinema.

Em suas buscas, descobriu um artigo de Fernão Ramos, publicado em 2010, no qual este apontou três disciplinas componentes do núcleo dos Estudos de Cinema: “História do Cinema”, “Teoria do Cinema” e “Análise Fílmica”. Ademais, neste artigo o Professor Ramos criticou a vinculação do estudo do cinema à evolução das mídias, defendendo a ideia de que "O cinema deve ser entendido enquanto forma narrativa que pode ser veiculado por mídias diversas: pela televisiva, pela mídia sala de cinema ou, mais recentemente, pela internet ou outras mídias digitais" (p. 164).Em síntese, para o Prof. Fernão Ramos, "estudos de Cinema, portanto, não é o ensino prático de como fazer cinema (embora possa e deva interagir com esta dimensão) e também não é o estudo das mídias (televisão, internet), nem das humanidades (antropologia e história), das artes plásticas, da literatura, ou do teatro. Tem no centro irradiador a forma narrativa cinematográfica em sua unidade, o filme, interagindo com seus autores." (RAMOS, 2010: p. 167). Esta foi uma boa introdução aos estudos do Cinema para quem estava iniciando essa jornada!

Com leituras desse tipo, julgou que haveria espaço para uma nova revista dedicada ao cinema. Mas, como noviço no campo, tinha consciência de que não possuía o mesmo status no campo da Administração em que atuava há mais de três décadas. Sua reflexão levou-o a pensar que esta era uma oportunidade para criar uma revista no campo dos Estudos de Cinema que não seguisse a ortodoxia acadêmica. Seu objetivo foi criar um espaço para disseminação de estudos e reflexões nesse novo campo, que ao mesmo tempo serviria para seu próprio desenvolvimento enquanto estudioso do cinema.

É nesse contexto de vida de um veterano professor de administração e noviço estudante de cinema que surge a Revista Livre de Cinema.

REVISTA LIVRE DE CINEMA: PRIMEIROS MOMENTOS

A Revista Livre de Cinema (RELICI) surge em um momento de busca de novos caminhos. Sendo um noviço no campo do cinema, o criador da RELICI não se sentiu amarrado pelas formalidades e ortodoxias da práxis acadêmica e científica daqueles que estão nesse campo há muito mais tempo.

O momento de surgimento da RELICI é também o de consolidação da produção cinematográfica brasileira. O ano 1995 marca a época que foi chamada da Retomada do Cinema Brasileiro, com o sucesso de Carlota Joaquina de Carla Camuratti (1.286.000 espectadores em salas de cinema) e O Quatrilho de Fábio Barreto (1.117.154) (NAGIB, 2002).

Ao final de 2014, completaram-se 20 anos de crescimento da produção cinematográfica brasileira exibida em salas de cinema. Dados anuais dos lançamentos de filmes brasileiros que estão disponíveis no site da ANCINE (www.ancine.gov.br) revelam que nessas duas décadas, passamos de quatorze filmes lançados em 1995 para 114 em 2014. Ou seja, em vinte anos o lançamento de filmes brasileiros na primeira janela de exibição cresceu oito vezes. Em 2013 tivemos o ápice desse crescimento quando foram lançados 129 filmes. No total foram 1.123 lançamentos que tiveram um público de cerca de 234,5 milhões de pessoas. De novo, quando se compara 1995 com 2014, vê-se que o crescimento de público foi de quase cinco vezes, passando de 3,3 milhões para 16,0 milhões.

De igual forma, parece haver um crescimento no número de publicações dedicadas aos estudos do cinema no Brasil em anos recentes. Consulta ao sistema de avaliação de periódicos mantido pela Fundação CAPES, vinculada ao Ministério da Educação do Brasil permite localizar doze periódicos científicos em cujo título há a palavra Cinema. De acordo com o sistema de acompanhamento feito pela CAPES, as revistas que possuem melhor avaliação são a REBECA – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual; DocOn- line: Revista Digital de Cinema Documentário; e a Orson – Revista dos Cursos de Cinema do Cearte UFPEL. Assim, a RELICI surge em um espaço cultural onde já há uma oferta de mecanismos de divulgação de estudos de Cinema. Contudo, a proposta do empreendedor cultural é que esta se diferencie

das demais revistas listadas pela CAPES em um aspecto central: a inexistência de processo de avaliação por pares dos textos que venham a ser encaminhados para publicação na RELICI.

Ao decidir-se pelos estudos do cinema em uma fase madura de sua vida, o empreendedor cultural fez escolhas que não afetarão seu modo de vida no sentido profissional. Não precisará no futuro viver do trabalho no campo dos estudos de cinema. Já tem fonte de renda que lhe garante um nível de vida adequado a suas aspirações. Assim, planejou algo diferente: uma revista livre, sem avaliação de artigos, sem comitê científico. Apenas, a presença de um coordenador que vai estruturar as edições periódicas e checar formatos. Um mínimo de padronização. O valor de cada texto será o leitor quem decidirá.

Mas, por que essa decisão? O processo de avaliação por pares está institucionalizado em todos os campos de conhecimento. Como em todas as ações humanas, este tem aspectos positivos e negativos. Esta escolha reflete um posicionamento pessoal do empreendedor cultural. Em sua opinião:

> *A qualidade de um texto pode ser avaliada pelo leitor ou leitora. No longo prazo, o texto de boa qualidade será referenciado e apreciado amplamente, enquanto que o texto de má qualidade será esquecido. Assim, não necessitamos que experts decidam o que devemos ler ou não ler. As tecnologias de informação e comunicação contemporâneas permitem que qualquer um publique suas ideias e estas serão avaliadas pelas pessoas que as lerem.*

É claro que essa decisão também tem pelo menos duas facetas. Enquanto pode atrair muitos estudiosos que estejam enfrentando dificuldades para disseminarem suas produções no campo do Cinema, pode também afastar aqueles que querem ou precisam que seus textos sejam publicados em periódicos que possuam algum grau de reconhecimento institucionalizado como o sistema Qualis da CAPES. De igual forma, pode servir para aqueles que estão iniciando suas carreiras acadêmicas nesse campo divulgarem seus textos sem as dificuldades de enfrentar os rigores de um periódico tradicional.

Essa foi uma decisão empreendedora. Para que surgiu a RELICI? Segundo o empreendedor cultural, ela não surgiu para disputar o reconhecimento institucionalizado da academia no campo do Cinema. Ela surgiu para ser um meio de divulgação e disseminação multidisciplinar dos estudos em Cinema. Nos termos da literatura do empreendedorismo, esta foi a escolha do campo de atuação do novo empreendimento.

Mas, além da sua experiência como editor da REGEPE, precisava de outros recursos e competências. Em primeiro lugar, foi necessário criar um domínio na Internet e arranjar um servidor que hospedasse o site da RELICI. É nesse momento que começa a fazer uso de seu capital social, pois busca ajuda de amigos e conhecidos que podem tornar possível a resolução dos problemas técnicos que devem ser superados para que a RELICI possa ir para o ar.

A primeira ajuda vem de um ex-aluno do mestrado em Administração que é empresário

do setor de software. É com a ajuda dele que foi registrado o domínio RELICI.ORG e é em sua empresa que ficou hospedado o site da RELICI. O amigo, que também é um entusiasta das artes, não cobra nada pelos serviços.

Resolvido o problema técnico, foi necessário dar vida à RELICI, publicar o primeiro número. Nesse momento, o editor da RELICI se fez valer da experiência que teve enquanto editor da REGEPE. Fez um trabalho de garimpo de possíveis autores e textos. As fontes foram os anais de encontros e congressos brasileiros dos estudos em cinema, o diretório dos grupos de pesquisa em cinema do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, os professores e seus colegas do curso de especialização. Este esforço de garimpo é feito por meio de mensagens de correio eletrônico, nas quais é explicada a filosofia da RELICI, são dadas instruções sobre como acessar o site e fazer a submissão de textos. Mais rápido do que o esperado, consegue publicar a primeira edição da RELICI em março de 2014.

No primeiro número foram publicados cinco artigos. Entre os primeiros autores encontram-se dois colegas do curso de especialização. Mas, já no primeiro número outros autores que foram convidados por meio das mensagens eletrônicas se sensibilizaram com a proposta da RELICI.

Com a publicação do primeiro número, surge a necessidade de solicitar o ISSN da RELICI. Este é um procedimento que garante a existência formal da RELICI para o mundo das publicações. É, também, um requisito para que muitos autores considerem a RELICI como um meio adequado para suas publicações. A vida universitária demanda de professores um esforço contínuo de disseminação dos resultados de suas pesquisas. Uma revista sem ISSN tem poucas chances de atrair autores. Mas, para que isso fosse possível foi necessário criar um Conselho Editorial. Mais uma vez, foi o momento de usar a rede de contatos. Visando dar um caráter multidisciplinar à RELICI, o empreendedor cultural convidou alguns de seus professores do curso de especialização em cinema e outros amigos que, embora de outros campos de conhecimento, têm interesse no campo do cinema. Assim, surgiu o Conselho Editorial da RELICI composto por mais nove estudiosos do Cinema além do próprio editor.

Após a obtenção do ISSN, continuou-se o esforço de garimpagem de novos autores e novos textos para os próximos números. A RELICI surgiu como uma publicação quadrimestral, ou seja, em 2014 ainda deveriam ser publicados mais dois números. A mesma estratégia de divulgação foi utilizada: mensagens eletrônicas para os estudiosos do campo. Mas, nesse momento, o empreendedor cultural começou a fazer uso mais intenso das redes sociais, em especial FACEBOOK e LINKEDIN. Para ampliar a divulgação nesses espaços, vinculou-se a inúmeros grupos de discussões específicos do cinema no FACEBOOK.

Os esforços mostram-se produtivos. Novas submissões são feitas no site da RELICI. O segundo número do primeiro volume é publicado em junho de 2014. Para a segunda edição da RELICI, foi possível manter o mesmo

número de artigos que na edição anterior. Assim, mais cinco textos foram disponibilizados para leitura dos interessados. A primeira contribuição de fora do Brasil surge logo na segunda edição, um texto de origem portuguesa. Além disso, o caráter multidisciplinar da RELICI se acentua com a publicação de um texto abordando o empreendedorismo no campo da produção cinematográfica no Brasil (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2014).

O terceiro número foi publicado em dezembro de 2014. Para essa edição, houve um maior número de textos que foram separados em duas seções: Artigos e Notas e Comunicações. No conjunto, o primeiro volume trouxe a público dezessete textos distribuídos em duas seções; Artigos e Notas e Comunicações. Em 2015, no lançamento do primeiro número do segundo volume cria-se uma seção de Resenhas. Este número é publicado em abril e contém quatro artigos, duas notas e uma resenha de filme. Uma novidade para a primeira edição de 2015 é a possibilidade de publicação de textos em outras línguas: Espanhol e Inglês. Nesse número é publicado um artigo em inglês. Em 2015, foram publicadas mais duas edições completando o volume 2 da RELICI. Nas duas edições finais de 2015, foram publicados mais doze textos. Em 2016, houve a publicação de mais uma edição inaugurando o volume 3 com oito textos.

Também, a parti da terceira edição de 2015, houve o esforço de indexação da Revista Livre de Cinema em alguns mecanismos de indexação. Até o momento, a RELICI encontra-se indexada em três fontes, o que tem aumentado sua visibilidade. De qualquer forma, as ações na etapa de consolidação da RELICI estão voltadas à continuidade de sua divulgação pelos diversos mecanismos já adotados e constante convite a novos autores por meio de consulta a anais de eventos do campo do cinema e de outros periódicos.

Como esta é uma atividade sem fins lucrativos, não há renda ou qualquer entrada de recursos financeiros para a manutenção da RELICI. Assim, não faz sentido tentar evidenciar os resultados da RELICI por indicadores tradicionais do empreendedorismo, tais como, lucratividade ou faturamento. Mas, há um indicador que pode ser utilizado para demonstrar os resultados dessa ação empreendedora no campo cultural: é o número de downloads que os textos publicados já tiveram.

A RELICI está baseada em um sistema que é disponibilizado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT. Este é o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) que apresenta algumas funcionalidades que registram dados de acesso da publicação nele estruturada. No conjunto, os 44 textos publicados na RELICI desde seu lançamento em março de 2014 até junho de 2016 tiveram 5.043 downloads.

Na tabela 1 está demonstrada a evolução do total de downloads que os textos da RELICI tiveram ao longo do tempo. Como se pode observar, este número tem sido crescente, fruto do esforço de divulgação da RELICI que o empreendedor cultural tem feito desde sua criação. Em especial, conforme novas edições

foram sendo publicadas, a média de downloads por artigo passou de pouco menos de 150 em outubro de 2014 para pouco mais de 380 ao final de junho de 2016. Note-se que a RELICI atingiu 16.820 downloads em 28 meses de existência. Esta marca indica uma média de 600 downloads ao mês, sendo mais que o dobro de seu primeiro ano de existência quando esta média atingiu 270 downloads mensais.

O número de downloads do conjunto de textos de cada edição está demonstrado na tabela 2. Como esperado, as edições mais antigas, pelo próprio fato de estarem há mais tempo à disposição dos leitores, têm maior número de downloads.

TABELA 1 EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE DOWNLOADS DA RELICI

Período	Artigos Publicados	Downloads	Total Acumulado	Média de downloads por artigo
Entre 03/2014 e 05/2014	5	230	230	46,0
Entre 05/2014 e 10/2014	10	1245	1475	147,5
Entre 10/2014 e 12/2014	17	822	2297	135,1
Entre 12/2014 e 02/2015	17	945	3242	190,7
Entre 02/2015 e 04/2015	24	1046	4288	178,7
Entre 04/2015 e 06/2015	24	755	5043	210,1
Entre 06/2015 e 08/2015	30	1578	6621	220,7
Entre 08/2015 e 10/2015	30	1181	7802	260,1
Entre 10/2015 e 12/2015	36	1362	9164	254,5
Entre 12/2015 e 02/2016	36	2086	11250	312,5
Entre 02/2016 e 04/2016	44	3166	14416	327,6
Entre 04/2016 e 06/2016	44	2404	16820	382,3

Fonte: Dados coletados do portal da RELICI.

TABELA 2 TOTAL DE DOWNLOADS POR EDIÇÃO DA RELICI (EM 30/06/2016)

Edição	Textos Publicados	Downloads	Data de Publicação
Volume 1, Número 1	5	3500	01/03/2014
Volume 1, Número 2	5	3801	22/06/2014
Volume 1, Número 3	7	3766	13/12/2014
Volume 2, Número 1	7	2112	18/04/2015
Volume 2, Número 2	6	1692	15/07/2015
Volume 2, Número 3	6	1128	22/11/2015
Volume 3, Número 1	8	821	03/04/2016

Fonte: Dados coletados do portal da RELICI.

Por fim, a tabela 3 demonstra os dez trabalhos com maior número de downloads nesse período. Como se pode observar, e como seria esperado, a maior parte dos textos mais acessados são os que foram lançados nos dois primeiros números da RELICI. Na tabela

encontram-se os cinco artigos publicados no primeiro número que totalizaram 1853 downloads. Em seguida, quatro artigos do segundo número com 1.622 downloads. Por fim, um artigo que foi publicado no terceiro número, em dezembro de 2014, e que teve 229 downloads em menos de seis meses.

TABELA 3 TEXTOS COM MAIOR NÚMERO DE DOWNLOADS – 03/2014 A 06/2016

Título	Edição	Downloads
Cinema como fonte histórica: possibilidades de uma Nova História	V.1, n. 3	971
O Spaghetti Western de Sergio Leone	V. 1, n. 2	963
Processos de individuação no filme O ano passado em Marienbad	V. 1, n. 2	921
Da realidade à ficção: análise da representação da ditadura nos filmes Hércules 56 e O que é isso, companheiro?	V. 1, n. 1	859
O Empreendedorismo no Campo da Produção Cultural: analisando a dimensão privada da ação empreendedora no audiovisual	V. 1, n. 2	781
Personagens em roteiros de cinema: um estudo dos antagonistas da trilogia Batman, de Christopher Nolan	V. 1, n. 1	760
História, cinema e política: os movimentos sociais em audiovisual (1990-2010)	V. 1, n. 2	663
Técnicas cinematográficas e aprendizagens e o programa de educação tutorial (pet): o pet ciências da natureza e matemática (UFTM)	V. 1, n. 1	653
A intertextualidade hiper-real no cinema: a metalinguagem fílmico-literária em Danslamaison	V. 1, n. 1	626
Cinematografia e formação inicial de professores: relato de experiência com alunos do pibid-matemática (UFTM)	V. 1, n. 1	602

Fonte: Dados coletados do portal da RELICI.

Outro indicador que pode ser relevante para descrever o desempenho desse empreendimento cultural é o número de citações que os textos nele publicados já receberam em outras instâncias. Embora seja muito cedo para mensurações de impacto de artigos publicados na RELICI, já houve três artigos da RELICI que foram referenciados em outras publicações.

São duas instâncias de um indicador de qualidade de publicação que a RELICI obteve nesses anos iniciais de sua criação. Há outros indicadores de desempenho da RELICI que parecem sugerir que esta está caminhando para a etapa de consolidação conforme modelo apresentado em Borges, Filion e Simard (2013). Por exemplo, o link de acesso à RELICI está disponibilizado em outros sítios da Internet. É importante ressaltar que estas são ações que ocorreram independentes de qualquer iniciativa do empreendedor cultural que criou a RELICI. Por exemplo, o link da RELICI está disponibilizado no sítio do Laboratório de Investigação Audiovisual da Universidade Federal Fluminense em http://www.uff.br/lia/home/RevistasBlogs.htm. Também foi divulgada no sítio da Associação Brasileira de Antropologia em http://www.portal.abant.org.br/index.php/bibliotecas/revistas-novos-numeros e no sítio La Criée: Périodiques en ligne (https://periodiques.wordpress.com/2014/06/05/revista-livre-de-cinema/).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta curta trajetória da RELICI pode ser utilizada como um exemplo do papel do capital social do empreendedor na criação de um empreendimento cultural sem fins lucrativos. Foi por meio do uso de informações e conhecimento adquiridos ao longo de uma trajetória acadêmica em outro campo de conhecimento que o empreendedor cultural teve condições de buscar a viabilização da RELICI. O conhecimento dos trâmites de criação de um periódico científico e sua forma de operação, que obteve quando atuou como editor da REGEPE por dois anos e meio, demonstrou ser fundamental para a ideação da nova revista em outro campo.

No entanto, esse conhecimento não impediu que nessa iniciativa, o empreendedor cultural buscasse uma forma diferente de publicar uma revista acadêmica. Esta forma pode ser sintetizada na seguinte diretriz que orienta a publicação de todos os números da RELICI:

> *A Revista Livre de Cinema é destinada à divulgação de artigos sobre o Cinema. Aceitam-se trabalhos que abordem qualquer aspecto do campo do Cinema. São aceitos trabalhos na forma de ensaios teóricos, análises fílmicas e estudos empíricos sob os mais diversos enfoques ou abordagens teóricas e metodológicas. A RELICI destina-se aos interessados nos estudos sobre o Cinema. Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento. Não há avaliação de conteúdo. Os artigos submetidos são avaliados apenas em relação à adequação ao escopo da RELICI, propriedade da linguagem e formato. (Fonte: http://www.relici.org.br/index.php/relici/about).*

A história de criação da RELICi pode ser analisada, também, por meio do uso de outras lentes teóricas. Por exemplo, a lógica da efetuação (SARASVATHY, 2001, 2008) pode ser uma forma de descrever o processo de criação deste empreendimento cultural. Como argumenta Sarasvathy (2001), a criação da RELICi foi um processo baseado muito mais no uso de uma lógica de controle e acesso de recursos que permitiram a sua criação e implantação, com pouco uso de uma lógica de planejamento, típica de processos empreendedores mais tradicionais.

O que se procurou revelar com esse texto, a partir do relato de uma experiência de empreendedorismo cultural é que em seu início foi importante tomar um conjunto de decisões que, olhadas em retropescto, revelam o cuidado com uma sequência de ações de preparação, iniciação, lançamento e consolidação. Os primeiros dezoito meses foram dedicados aos três primeiros estágios. É o último estágio, entre os apontados em Borges, Filion e Simard (2013), que demanda maiores esforço do empreendedor cultural atualmente. E, com essa finalidade, este deverá continuar se valendo de seu capital social na busca e desenvolvimento dos recursos necessários para a sustentabilidade da Revista Livre de Cinema.

Por fim, retomando um discurso científico mais ortodoxo, não se pode deixar de apontar

as limitações dessa reflexão que, além de ser baseada em apenas uma experiência, sofre das restrições usuais de um processo narrativo feito em retrospecto. Ou seja, pode ser que a memória tenha deixado aspectos relevantes sem menção, ao mesmo tempo em que a imaginação do narrador pode ter se afastado, ainda que de forma não intencional, da veracidade do ocorrido. Não obstante, essas são limitações comuns nos estudos das ciências sociais aplicadas que dependem dos sujeitos de pesquisa e seu relatos.

O campo de estudos do empreendedorismo cultural merece ser desenvolvido mais amplamente. Dessa forma, sugere-se que outros estudos, seja de natureza quantitativa ou qualitativa, continuem explorando o processo empreendedor e as motivações que levam pessoas a se engajarem nesse tipo de empreendimento.

REFERÊNCIAS

ANAND, V.; GLICK, W. H.; MANZ, C.C. Capital social: explorando a rede de relações da empresa. **Revista de Administração de Empresas**, v. 42, n. 4, p. 57-71, 2002.

ANDERSON, A.; PARK, J.; JACK, S. Entrepreneurial Social Capital: Conceptualizing Social Capital in New High-tech Firms. **International Small Business Journal**. v. 25, n. 3, p. 245-272, 2007.

ANDERSON, A. R.; MILLER, C. J. Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process. **Journal of Socio-Economics**, v. 32, p. 17-36, 2003.

BORGES, C. O papel do capital social do empreendedor na criação de empresas tecnológica. **Revista de Administração e Inovação**, vol.8, n. 2, p.162-181, 2011.

BORGES, C.; FILION, L. Evolução do capital social empreendedor dos spin-offs universitários. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, vol.1, n. 1, p. 1-31, 2012.

BORGES, C.; FILION, L. J; SIMARD, G. Criação de Empresas: um processo mais rápido e fácil resulta em empresas de melhor desempenho? **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 196-207, 2013.

BRAGA, W. D. Novas identidades para o novo mundo do trabalho através da Cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado. **Revista Eptic**, v. 17, n. 1, p. 218-235, 2015.

BRUSH, C. G.; GREENE, P. G.; HART, M. M. Empreendedorismo e construção da base de recursos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 42, n. 1, p. 20-35, 2002.

CAMPOS. T. M.; MORAES, M. B. de; LIMA, E. Um estudo sobre a caracterização dos empreendedores das redes ligados aos circuitos de corrida de rua. **Latin American Journal of Business Management**, v. 6, n. 3, p. 70-92, 2015.

CASSON, M.; GIUSTA, M. D. Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. **International Small Business Journal**, v. 25, n.3, p. 220-244, 2007.

COPE, J.; JACK, S.; ROSE, M.B. Social Capital and Entrepreneruship: an introduction. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 3, p. 213-219, 2007.

DAVIDSSON, P.; HONIG, B. The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 18, p. 301-331, 2003.

DE CAROLIS, D. M.; SAPARITO, P. Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 41–56, 2006.

DUCCI, N. P. C.; TEIXEIRA. R. M. Articulação de redes sociais por empreendedores na formação do capital social. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, n. 1, p. 165-189. 2010.

DUCCI, N. P. C.; TEIXEIRA. R. M. As redes sociais dos empreendedoras na formação do capital social: um estudo de casos múltiplos em municípios do norte pioneiro do estado do Paraná. **Cadernos EBAPE.Br**, v.9, n.4, p. 967-997, 2011.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando **Boa idéia! E agora?** São Paulo: Cultura, 2000.

GREVE, A.; SALAFF, J. W. Social Networks and Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 1, p. 1-22, 2003.

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JÚNIOR, F. G. O empreendedorismo no campo da produção cultural: analisando a dimensão privada da ação empreendedora no audiovisual. **Revista Livre de Cinema**, v. 1, n. 2, p. 55-73, 2014.

LIÑÁN, F.; SANTOS, F.J. Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? **International Advances in Economic Research**, v. 13, p. 443-453, 2007.

NAGIB. L. **O cinema da retomada: Depoimentos de 90 cineastas dos anos 90**. São Paulo: Editora 34, 2002.

RAMOS, F. P. Estudos de Cinema na universidade brasileira. **ALCEU**, v. 10, n. 20, p. 161-167, 2010.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SARASVATHY, S. D. Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

SCOTT, M. Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurshIp: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. **Poetics**, v. 40, n. 3, p. 237,255, 2012.

SOUSA, J. L. de; PAIVA JÚNIOR, F. G. de; XAVIER FILHO, J. L. J. A emergência do empreendedorismo educativo-cultural: o programa de formação do jovem artesão. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 7, n. 1, p. 45-52, 2015.

YLI-RENKO, H.; AUTIO, E.; SAPIENZA, H.J. Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms. **Strategic Management Journal**, v. 22, p. 587-613, 2001.

ZHAO, W.; RITCHIE, J. R.; ECHTNER, C. M. Social capital and tourism entrepreneurship. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1570-1595, 2011.