



CIC. Cuadernos de Información y

Comunicación

ISSN: 1135-7991

cic@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

España

Pereira Canedo, Daniele; Ranaivoson, Heritiana; Loiola, Elisabeth; Gómez-Pan, Pablo
Midiendo la diversidad y la integración de la producción cinematográfica en los
países del Mercosur desde el Análisis de Redes Sociales

CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 21, 2016, pp. 117-138
Universidad Complutense de Madrid
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93547613007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Midiendo la diversidad y la integración de la producción cinematográfica en los países del Mercosur desde el Análisis de Redes Sociales

Daniele Pereira Canedo¹; Heritiana Ranaivoson²; Elisabeth Loiola³; Traducción: Pablo Gómez-Pan⁴

Recibido: 7 de enero de 2016 / Aceptado: 10 de abril de 2016

Resumen: A partir de una base de datos original y extensa con todos los largometrajes de ficción producidos en el Mercado Común del Sur (Mercosur) entre 2004 y 2012, este artículo analiza si la industria filmica del Mercosur ha evolucionado hacia un mercado más integrado y culturalmente más diverso. Aporta un resumen de oportunidades políticas en términos de integración y diversidad, enfatizando el papel limitador de las políticas regionales. Muestra asimismo que aunque la industria del cine en el Mercosur se mantiene bastante desintegrada, tiende a convertirse en una industria más integrada y culturalmente más diversa. Desde un punto de vista metodológico, la combinación del Análisis de Redes Sociales (*Social Network Analysis*) y del Modelo de Stirling abre interesantes caminos al análisis de las industrias creativas en función de la integración de sus mercados y su diversidad cultural.

Palabras clave: diversidad cultural; integración regional; producción cinematográfica; Mercosur; Análisis de Redes Sociales; Modelo de Stirling.

[en] Measuring the Diversity and the Integration of Film Production in Mercosur: A Social Network Analysis

Abstract: Based on an original and comprehensive database of all feature fiction films produced in Mercosur between 2004 and 2012, the paper analyses whether the Mercosur film industry has evolved towards an integrated and culturally more diverse market. It provides a summary of policy opportunities in terms of integration and diversity, emphasizing the limiter role played by regional policies. It then shows that although the Mercosur film industry remains rather disintegrated, it tends to become more integrated and culturally more diverse. From a methodological point of view, the combination of Social Network Analysis and the Stirling Model opens up interesting research tracks to analyse creative industries in terms of their market integration and their cultural diversity.

Keywords: cultural diversity; regional integration; film production; Mercosur; social network analysis; Stirling model.

¹ Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.
Email: danielecanedo@ufrb.edu.br

² SMIT-iMinds (Vrije Universiteit Brussel).
Email: hranaivo@vub.ac.be

³ Universidade Federal da Bahia.
Email: beloi@ufba.br

⁴ Universidad Complutense de Madrid

Sumario. 1. Introducción. 2. Los objetivos del Mercosur en términos de diversidad e integración. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Conclusión: ¿hacia una industria cinematográfica del Mercosur integrada? Referencias.

Como citar: Pereira, D.; Ranaivoson, H.; Loiola, E. (2016) Midiendo la diversidad y la integración de la producción cinematográfica en los países del Mercosur desde el Análisis de Redes Sociales, en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 21, 117-138

1. Introducción

En la última década, unas pocas películas producidas en el Cono Sur de América Latina han alcanzado notoriedad internacional, han ganado premios en festivales internacionales y han sido aclamadas por críticos y audiencias alrededor del mundo, por ejemplo *Cidade de Deus* (Brasil); *El Baño del Papa* (Uruguay); *Hamaca Paraguaya* (Paraguay); *Las Manos* (Argentina); y *La Perrera* (una coproducción entre Argentina y Uruguay). En 2010, la producción argentino-española *El secreto de sus ojos* ganó el Oscar a la mejor película extranjera, el segundo para Argentina. Esto puede haber llevado a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo a asumir un “revival” de la producción filmica de Latinoamérica como consecuencia del esfuerzo del Mercado Común del Sur (Mercosur) en la promoción de un mercado único (UNCTAD, 2010). De hecho, desde 2003, el sector cinematográfico es una de las principales áreas de las políticas e inversiones del Mercosur dentro del sector cultural.

Mientras que análisis previos se han dedicado a analizar redes formales, basadas en políticas filmicas y acuerdos internacionales de cooperación (Canedo, 2013; Canedo y Crusafón, 2014; Canedo, Loiola y Pauwels, 2015), este artículo investiga las redes informales, basadas en relaciones entre los actores (coproductores) en la industria del cine. De esta forma, este artículo analiza la extensión del mercado del cine del Mercosur. ¿Se ha vuelto más integrada la producción de cine del Mercosur? ¿Más diversa? ¿Podemos identificar cómo en este caso la integración del mercado ha favorecido la diversidad cultural?

Este artículo afronta estas cuestiones a través de una base de datos original y extensa de todos los productores en activo y de todas las películas producidas en el Mercosur de 2004 a 2012. Desde un punto de vista metodológico, la principal contribución de este artículo consiste en evaluar la integración y la diversidad, empleando respectivamente el Análisis de Redes Sociales (*Social Network Analysis*) y el modelo de Stirling. Este acercamiento continúa y amplía los de Rafols y Meyer (2010), y lo aplica a las especificidades de la producción filmica, sugiriendo formas de combinar indicios proporcionados por ambas metodologías.

En las páginas que siguen, la sección segunda explica por qué la integración en el mercado y la diversidad cultural son dos objetivos importantes para las políticas cinematográficas del Mercosur, y hasta qué punto ambos objetivos están relacionados. La sección tercera describe cómo el Análisis de Redes Sociales y el Modelo de Stirling son usados en este artículo para respectivamente analizar la integración y la diversidad a través de un amplio grupo de índices. La sección cuarta analiza el nivel y la evolución de las producciones de cine del Mercosur en términos de integración del mercado y de diversidad cultural. La sección quinta concluye este artículo.

2. Los objetivos del Mercosur en términos de diversidad e integración

2.1. De un acuerdo de libre comercio a la aparición de políticas filmicas: ¿hacia la integración de la industria del cine?

El Mercado Común del Sur (Mercosur) es una organización regional establecida el 26 de marzo de 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay con la firma del Tratado sobre el establecimiento de un mercado común (también conocido como Tratado de Asunción). El principal objetivo consistía en asegurar la creación de un área de libre comercio, que permitiera la libre circulación de bienes, servicios y factores de producción. En los diez primeros años del Mercosur, disputas, conflictos políticos, problemas económicos, además de las asimetrías entre los países miembros, retrasaron la consecución de los objetivos del área de libre comercio. No obstante, la cooperación ha crecido de forma gradual durante las últimas décadas (Almeida, 2002).

Este es el caso de las políticas filmicas. En diciembre de 2003, Mercosur creó la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales (RECAM), la agencia responsable de las políticas sobre cine. Los principales objetivos de RECAM son fortalecer la producción, promover la circulación de contenido local y ayudar a la consolidación de un mercado único para la industria del cine. En 2008 se firmó un acuerdo de cooperación interregional en el sector del cine entre la Unión Europea (UE) y el Mercosur, el Programa Audiovisual del Mercosur (PAM), actualmente la principal política regional respecto al cine.

No obstante, las políticas cinematográficas *siguen* los desarrollos en el sector en lugar de *dirigirlos*. Primero, los actores privados (principalmente cineastas) han organizado redes formales e informales con el objetivo de aumentar la producción y la distribución entre países suramericanos y promovido el espacio cinematográfico regional desde *antes* de la creación de RECAM (Canedo y Crusafon, 2014). Segundo, las políticas cinematográficas del Mercosur han sido promovidas por las iniciativas de los gobiernos nacionales. La primera década del Mercosur coincide con el periodo conocido como el renacimiento del cine argentino, brasileño y uruguayo como resultado de estas políticas nacionales (Monje, 2011; González, 2011). Argentina dio el primer paso hacia la institucionalización de un cuerpo nacional responsable de la integración cinematográfica en 2002. En 2003, representantes de los países miembros presentaron el proyecto RECAM. Es más, RECAM es extremadamente limitado en lo que concierne a la estructura y presupuesto, lo que obstruye la implementación de políticas efectivas (Canedo *et al.*, 2015).

El análisis del MAP subraya que los valores e ideas de las políticas audiovisuales de la UE han sido los principios orientadores y los objetivos del programa del Mercosur. En esta cooperación unidireccional, la UE tiene la posición de líder y el Mercosur la de aprendiz. Mercosur ha decidido importar a sus políticas los principales conceptos, los objetivos y el vocabulario del modelo político de la UE. De nuevo, el PAM no tiene suficiente presupuesto ni una financiación adecuada (Canedo y Crusafon, 2014).

No obstante, los miembros del Mercosur están desarrollando políticas y leyes nacionales con el fin de promover la integración de las industrias cinematográficas

regionales. Canedo (2013) nos muestra que las leyes, regulaciones y solicitudes de apoyo financiero nacionales de los países miembros han incluido el espacio cinematográfico regional en sus discursos. La mayoría de sus documentos hacen referencia al Mercosur y a la integración regional como un objetivo general de sus políticas filmicas, junto con la promoción y la protección de la diversidad cultural. Por ejemplo, la legislación brasileña prevé un trato especial y privilegios impositivos de importación y exportación para las películas producidas en países del Mercosur. Las políticas indirectas de los países miembros han estado desempeñando un papel importante en el fortalecimiento del espacio fílmico regional (Canedo y Crusafon, 2014).

En general, las políticas cinematográficas del PAM y RECAM han tenido una capacidad limitada para contribuir a la integración regional y causar cambios estructurales en la industria cinematográfica del Mercosur.

2.2. Promoviendo la diversidad cultural en la producción fílmica

La diversidad cultural se ha establecido como un concepto inevitable en las negociaciones internacionales relacionadas con el campo de la cultura (Stenou, 2003), en particular con la adopción unánime de la Declaración Universal Sobre Diversidad Cultural de la UNESCO (2001), seguida por la casi unánime aprobación de la Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO (2005) y su rápida ratificación, incluidos todos los países del Mercosur (salvo Venezuela). Desde entonces, los documentos del Mercosur han enfatizado la necesidad de promover y proteger la diversidad cultural (Canedo, 2013).

Para la producción fílmica, el artículo asume que la promoción de la diversidad toma principalmente dos formas: asegurar el desarrollo de las industrias cinematográficas locales y limitar la influencia de las grandes productoras o *majors*. Según la UNCTAD (2010), las películas de Hollywood representan un 80% del consumo de películas mundial. En 2010, de los veinte filmes más vistos en el ámbito internacional, 19 eran estadounidenses (EAO, 2011). Además, todas estas películas fueron producidas por las seis *majors* estadounidenses (EAO, 2011). La dominación norteamericana “inhibe la expansión de la industria cinematográfica en los países en desarrollo y limita su papel en el mercado global” (UNCTAD, 2010: 150). Entre el flujo de medios internacional, Thussu (2007) distingue flujos dominantes y contraflujos. Los primeros, en el caso que nos ocupa, provienen principalmente de EEUU. Thussu (2007) apunta, por ejemplo, cómo el consumo de mensajes estadounidenses ideológicamente cargados ha ayudado al país a promover sus intereses y sus políticas nacionales. Por su parte, los contraflujos no han sido capaces de romper más que tímidamente la hegemonía de los flujos mediáticos dominantes. Siguiendo de nuevo a Thussu, argumentamos que deberían fomentarse porque pueden “dar forma a identidades culturales, energía a grupos no empoderados, y ayudar a crear coaliciones y esferas transnacionales privadas y públicas” (2007: 18). Así, se asume que promover la producción fílmica del Mercosur promueve la diversidad.

También se asume que un desequilibrio en el poder del mercado obstaculiza la diversidad de la producción cinematográfica. En particular, cuanto más poder

tienen las *majors*, menos diversa es la producción. En la industria del cine, las grandes productoras son actores dominantes, activas en más de un nivel de la cadena de producción, controlando el mercado y actuando internacionalmente (Keenan, 2009). El término *major* se emplea generalmente para referirse a corporaciones estadounidenses. En este artículo engloba también a compañías no estadounidenses (lista completa en la sección tercera). Las compañías independientes están especializadas o son activas a nivel local. Aun más cruciales son las relaciones entre los actores activos en la producción cinematográfica del Mercosur. De hecho, las grandes compañías y las independientes no son esferas separadas sino conectadas. Por ejemplo, serán las *majors* las que distribuyan la mayoría de las películas producidas por compañías independientes. Especialmente en el caso de mercados pequeños como el del Mercosur, el hecho de que las películas sean distribuidas internacionalmente por las *majors* se considera un logro para los productores.

2.3. ¿Diversidad e integración?

La diversidad y la integración son dos objetivos cruciales para las políticas filmicas del Mercosur. La mayoría de los documentos hacen referencia a la integración regional como objetivo general de sus políticas cinematográficas, junto con la promoción y la protección de la diversidad cultural. De este modo el acuerdo del PAM identifica al sector cinematográfico como capaz de generar un sentido de identidad regional común y de promover la diversidad cultural (Mercosur, 2009b: 22).

Además, este artículo considera tanto la integración como la diversidad como dos características sistémicas complementarias. Primero, la diversidad y la integración son parte de un sistema. No son resultados visibles en el nivel de la unidad (por ejemplo la película o el productor) sino que requieren tener en cuenta todo el sistema (en este caso, la producción cinematográfica del Mercosur).

La diversidad cultural y la integración de las redes pocas veces se analizan conjuntamente, particularmente poco en lo que respecta a la industria filmica. Las investigaciones existentes se centran en los individuos (véase Verdalle, 2013; Lorenzen y Täube, 2008). De hecho, la mayoría de los análisis tratan sobre redes de individuos, por ejemplo dentro de redes de negocios (Warschat y Ehrenmann, 2013). La excepción es Rafols y Meyer (2010), que estudian la investigación interdisciplinar y por tanto analizan la diversidad y la integración de los campos científicos.

La diversidad cultural y la integración de las redes son generalmente consideradas complementarias. El principal argumento es la importancia de la diversidad en colaboraciones en equipo (Ehrmann *et al.*, 2012; Guimerà *et al.*, 2005; Kravitz, 2005). Por ejemplo Warschar y Ehrenmann (2013) consideran que la diversidad de conocimiento, habilidades y acercamientos dentro de las redes de negocios es un factor clave para el potencial innovador, ya que permite descubrir nuevas oportunidades. Esto tiene también un impacto en el nivel individual. Por consiguiente, para los productores, de Verdalle (2013) argumenta que las redes amplias y diversificadas ayudan a los individuos a ser profesionalmente exitosos.

No obstante, la tendencia en las redes es la de favorecer la similitud en vez de la diversidad. Las organizaciones o individuos con por ejemplo estatus similares (Ebbers, 2009) o los mismos antecedentes (Koopmans y Schaeffer, 2015) tienen

más probabilidades de colaborar. Esto puede explicarse parcialmente por los efectos negativos de la diversidad, como son un alto nivel de conflicto y menor comunicación (Warschat y Ehrenmann, 2013).

Por lo tanto, este artículo investiga si la producción cinematográfica del Mercosur se encamina hacia una mayor diversidad y/o integración, comprobando de este modo si ambas son objetivos compatibles en las políticas culturales.

3. Metodología

3.1. Análisis de Redes Sociales (*Social Network Analysis*) aplicado a la industria del cine

Este artículo combina el Análisis de Redes Sociales (*Social Network Analysis* o SNA) y la evaluación de la diversidad cultural. El SNA permite mapear las dinámicas de las relaciones entre actores en un determinado periodo (Wasserman y Faust, 2007), donde la red es el mapa de nexos entre una serie de nodos. Los nodos representan a los actores (individuos, instituciones u organizaciones). Los enlaces representan relaciones, por ejemplo opiniones sobre otra persona, transacciones de negocios, interacciones de comportamiento diario y relaciones jerárquicas. El grosor del enlace representa la fuerza de la relación, basado en factores como el tiempo, la intensidad emocional, la intimidad o la ayuda mutua. El objetivo de la SNA es identificar las posiciones sociales de los actores y ver cómo estructuran diferentes relaciones sociales e influencian el flujo de materiales, ideas, información y poder (Borgatti y Foster, 2003; Wasserman y Faust, 2007).

Este artículo asume que toda producción cinematográfica es un proyecto conjunto que agrega las colaboraciones de distintos actores según sus necesidades profesionales con el objetivo de desarrollar de un producto final, esto es, la película. González (2011) afirma que la participación de muchas compañías en una producción cinematográfica se ve como una alternativa a enfrentar problemas de financiación y distribución. Esta red estructural de colaboraciones en torno a la creación del film está conectada con los sistemas de producción, circulación y consumo económico y simbólico de la industria. En este artículo, los nodos son las productoras, y las líneas son las películas. Un simple enlace entre dos productoras significa que han coproducido una película juntas. El enlace se vuelve más grueso (las conexiones son más intensas) según asciende el número de filmes coproducidos. Todos los enlaces son bidireccionales, ya que toda coproducción es analizada como una colaboración.

Mapeando las interacciones entre los actores del sector de la producción cinematográfica, este artículo asume adicionalmente que la elaboración de políticas públicas debe tomar en consideración la interdependencia de los accionistas. Consecuentemente, Castells afirma que en un mundo globalizado, el proceso de creación de leyes implica a múltiples actores y redes de comunicación globales, en un proceso que llama “una nueva forma de consenso global” (2010: 45). Además, Rhodes (2006: 426) conceptualiza las redes de políticas como “una colección de enlaces formales e informales entre gobiernos y otros actores estructurada en torno a intereses y creencias comunes y constantemente negociada en la formulación e

implementación de políticas públicas". Finalmente, Freedman (2006) sugiere que mapear las dinámicas del poder es una herramienta esencial para el proceso de toma de decisiones en un contexto de nuevos conflictos entre niveles nacionales y supranacionales y entre intereses públicos y privados. Así, identificar las redes de producción cinematográfica del Mercosur es fundamental para el análisis de las políticas de integración regionales y su impacto en la diversidad cultural.

El SNA ha sido poco utilizado para analizar la industria cinematográfica (Canedo, 2013), y nunca a esta escala. Éste es el primer artículo que aplica el SNA a la industria del cine del Mercosur. Kirschbaum (2006) investiga la producción brasileña a través del SNA, dejando fuera los enlaces entre Brasil y otros países. Loiola y Lima (2009) analizan las redes de producción cinematográfica en el estado de Bahía (Brasil) de 1994 a 2006. Otros estudios se centran en Hollywood (Miller, 2011; Weng *et al.*, 2009), Alemania (Ehrmann *et al.*, 2012), Holanda (Ebbers, 2009) o la India (Lorenzen y Taube, 2008).

Este artículo se distingue también por su base de datos, original y exhaustiva en términos del número de actores analizados (aquí las casas de producción). La base de datos incluye todos los largometrajes de ficción producidos en los cuatro países del Mercosur entre 2004 y 2012 (961 películas) y todas las productoras que han producido o coproducido estas películas (1044 productoras). La recolección de datos se realizó a partir de informes oficiales y el portal Internet Movie Database (IMDB). El artículo se basa en el método de la red completa, esto es, se recogió información sobre todas las relaciones de cada actor con cada uno de los demás actores en la red. El uso de una base de datos completa nos permite tener una visión de conjunto sobre toda la producción filmica del Mercosur. En comparación, la mayoría de los demás estudios se centran en un número restringido de películas y/o actores, por ejemplo 31 películas en el caso de Ebbers (2009) o las más vistas y premiadas de Hollywood durante los últimos cinco años en el de Miller (2011). La base de datos se procesó con el programa Gephi.

Finalmente, nuestro acercamiento es dinámico. Burt (2000) ha apuntado a las pocas evidencias que tenemos sobre las dinámicas de las redes en el tiempo. Con datos que abarcan el periodo de 2004 a 2012, trataremos de llenar este hueco, algo que pocas veces se ha hecho en estudios previos empleando el método SNA (véase Lorenzen y Täube, 2008, sobre Bollywood).

3.2. El SNA y la evaluación de la diversidad cultural

La principal contribución metodológica de este artículo consiste en abordar tanto la integración como la diversidad cultural combinando dos metodologías: el SNA y el Modelo de Stirling.

Siguiendo a Ranaivoson (2007), para analizar la diversidad cultural proponemos partir del llamado Modelo de Stirling, que considera la diversidad como una mezcla de variedad, equilibrio y disparidad (Stirling, 2007). La diversidad de un sistema (la programación de un canal) sólo puede medirse cuando sus elementos (por ejemplo, largometrajes) han sido agrupados en categorías (por ejemplo, las nacionalidades de estos largometrajes). Una vez que la categorización ha sido hecha, la variedad corresponde al número de categorías, el equilibrio a la forma en que los elementos están repartidos entre las categorías (por ejemplo, la porción que corresponde a

cada nacionalidad), y la disparidad equivale al nivel de diferencia entre las categorías (por ejemplo, entre cada par de ellas o entre las dos más diferentes). Este modelo ya ha sido empleado en varios campos (véase por ejemplo Stirling, 2007; Rafols y Meyer, 2010). Para la diversidad cultural, es útil distinguir entre la diversidad ofertada y la diversidad consumida (Van Cuilenburg y Van der Wurf, 2001). La diversidad ofertada se corresponde con la diversidad de lo que se hace disponible. La diversidad consumida se refiere a la diversidad como es de facto consumida, por tanto dependiendo tanto de los gustos del consumidor como de la diversidad ofertada.

Este artículo argumenta que el SNA puede ser empleado conjuntamente con el Modelo de Stirling, prosiguiendo de esta forma y extendiendo el acercamiento de Rafols y Meyer (2010). Rafols y Meyer proponen combinar las perspectivas de la diversidad (disciplinaria) y la coherencia de las redes para medir la integración del conocimiento en estudios de pequeño y mediano tamaño. En ambos casos, el análisis es al nivel del sistema. Su objeto de estudio es cómo se refieren unos artículos académicos a otros. Emplean el SNA para valorar la coherencia de los sistemas, por ejemplo “la medida en que los elementos de un sistema son articulados consistentemente y forman una constelación significativa” (2010, 268), valorando los enlaces medios y la longitud media de los caminos, en redes de acoplamiento bibliográfico. Hacen operativa la diversidad considerando la Distribución de Categorías Temáticas en las “referencias de referencias” (ref-of-refs) para las referencias de los artículos. En términos de índices, ellos valoran el número de categorías temáticas que aparece al menos una vez (variedad), los índices de diversidad de Shannon y Simpson (variedad y equilibrio) y el índice de Stirling (variedad, equilibrio y disparidad).

En contraste, en nuestra aproximación empleamos diversos ángulos para abordar la diversidad de las producciones cinematográficas, y por lo tanto empleamos más índices (véase la Tabla 1). Haciéndolo, seguimos a Jackson *et al.* (2003) y su percepción sobre cómo el SNA puede ofrecer soluciones al problema de medir la naturaleza multidimensional de la diversidad. Estos ángulos incluyen la película, su origen, los productores, su origen, si se trata de *majors* o productoras independientes, cómo se distribuye el “poder de la red” entre los productores, las entradas y las entradas por origen (de las películas). Siguiendo la distinción estándar de Napoli (1999) entre diversidad de fuente, contenido y exposición, este artículo aborda principalmente las dos primeras categorías. Finalmente, de forma adicional al Modelo de Stirling, añadimos una comparación entre diversidades ofertadas y consumidas.

3.3. Índices empleados para valorar la integración y la diversidad

La Tabla 1 enumera todos los índices empleados en este artículo para medir la integración y la diversidad. Siguiendo la discusión sobre las especificidades de la producción cinematográfica del Mercosur (véase 2), este artículo considera dos categorizaciones principales en cuanto a las películas y sus productores, en función de (1) su país de origen y (2) si son *majors* o independientes. Se han distinguido diez orígenes: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Estados Unidos, otros países latinoamericanos, España, Francia, otros países europeos y, finalmente, otros.

Tabla 1. Índices de integración y diversidad

Índice	Integración o Diversidad	¿Análisis de Redes	1 ^a dimensión	2 ^a dimensión
Número de películas nacionales estrenadas	Diversidad	N	V	O
Número de productores (activos)	Diversidad	Visual	V	O
Número de <i>majors</i>	Diversidad	Visual	E	O
Número de independientes	Diversidad	Visual	E	O
Equilibrio de los productores según el origen ¹	Diversidad	Visual	E	O
Cuota de los productores del Mercosur	Diversidad	Visual	E	O
Cuota de los productores del resto del mundo	Diversidad	Visual	D	O
Cuota de los productores de Latinoamérica	Diversidad	Visual	D	O
Taquilla bruta	Diversidad	N	V	C
Número de entradas	Diversidad	N	V	C
Tamaño de la red	Integración	Y		
Cobertura	Integración	S		
Diámetro de la red	Integración	S		
Modularidad	Integración	S		
Triángulos	Integración	S		
Coeficiente media de clústeres	Integración	S		
Número de clústeres y tamaño de cada uno	Integración	S		
Porcentaje de productores fuera de los clústeres	Integración	S		
Equilibrio del poder de la red entre los productores ¹	Integración y Diversidad	S	E	O

Fuente: Elaboración propia. (1) Estos índices emplean el índice de uniformidad de Shannon: $\frac{\sum_{i=1}^h p_i \ln p_i}{\ln h}$ donde h es el número de diferentes orígenes representados por los

productores (respectivamente, el número de productores activos), pi es el porcentaje de películas de origen i entre todas las películas producidas (respectivamente, el porcentaje de la suma de los índices de centralidad de los productores en activo, por la medida de la centralidad. Se emplearon cuatro medidas de la centralidad: el grado de centralidad de Freeman, el grado ponderado, PageRank y la centralidad de vector propio o Eigenvector centrality) ($0 \leq pi \leq 1$).

Este artículo también distingue entre *majors* e independientes (véase la sección 2), siendo las *majors* aquellas compañías –o subsidiarias locales de compañías– que operan en más de un nivel de la cadena de producción y en diferentes mercados nacionales. Las *majors* estadounidenses son Fox Films, 20th Century Fox, Buena Vista Internacional, Columbia TriStar, Miravista, Paramount Pictures, Universal Pictures, Walt Disney Studios Motion Pictures, Warner Bros, BMG Models e Indiana Production Company. Las restantes *majors* activas en Mercosur son las francesas Arte y Canal +, la chilena Chile Filmes y la brasileña Globo Filmes (la única *major* local, que sólo opera en Brasil pero en varias fases de la cadena productiva cinematográfica).

Finalmente, el periodo analizado se dividió en tres subperiodos de igual duración: 2004-2006, 2007-2009 y 2010-2012. La división anual (o la agrupación en dos años) no se apoyaba en suficientes datos (particularmente para Uruguay y Paraguay) para llevar debidamente a cabo el análisis. Los subperiodos de tres años nos permiten recoger suficientes datos sobre las producciones cinematográficas en cada uno de los países del Mercosur y en cada subperiodo para llevar a cabo una comparación en el tiempo.

4. Resultados

4.1. Descripción general

La siguiente tabla aporta un resumen de las principales características del mercado cinematográfico del Mecosur. Con 244 millones de habitantes, el Mercosur es potencialmente un mercado amplio para la industria cinematográfica local. De hecho la mayoría de los productores son del propio Mercosur (véase tabla 1), proveniendo principalmente de Brasil (31%) y Argentina (33%), con una participación limitada de Paraguay (1%) y Uruguay (3%). Entre los restantes, España (7%) es el país con el mayor número de coproducciones con el Mercosur (en particular con Argentina), seguidos por Francia (5%) y Estados Unidos (4%). Hay también compañías de otros países europeos (9%) y latinoamericanos (4%). La importancia de las compañías españolas en coproducciones con Argentina puede estar relacionada con las políticas públicas del gobierno de España para promover la industria del cine, las inversiones del programa Ibermedia y la lengua común (González, 2011). El lenguaje español acerca a Argentina, Uruguay y Paraguay, así como a otros países de Suramérica, excepto a Brasil, el único país de habla portuguesa de la región.

En segundo lugar, la mayoría de las productoras son independientes, esto es, empresas que sólo tienen actividad en una de las fases de la cadena de producción

cinematográfica y que generalmente son locales. Sólo 16 *majors* se identificaron entre las 1.054 productoras activas entre 2004 y 2012.

Tabla 2. El mercado cinematográfico del Mercosur (2004-2012)

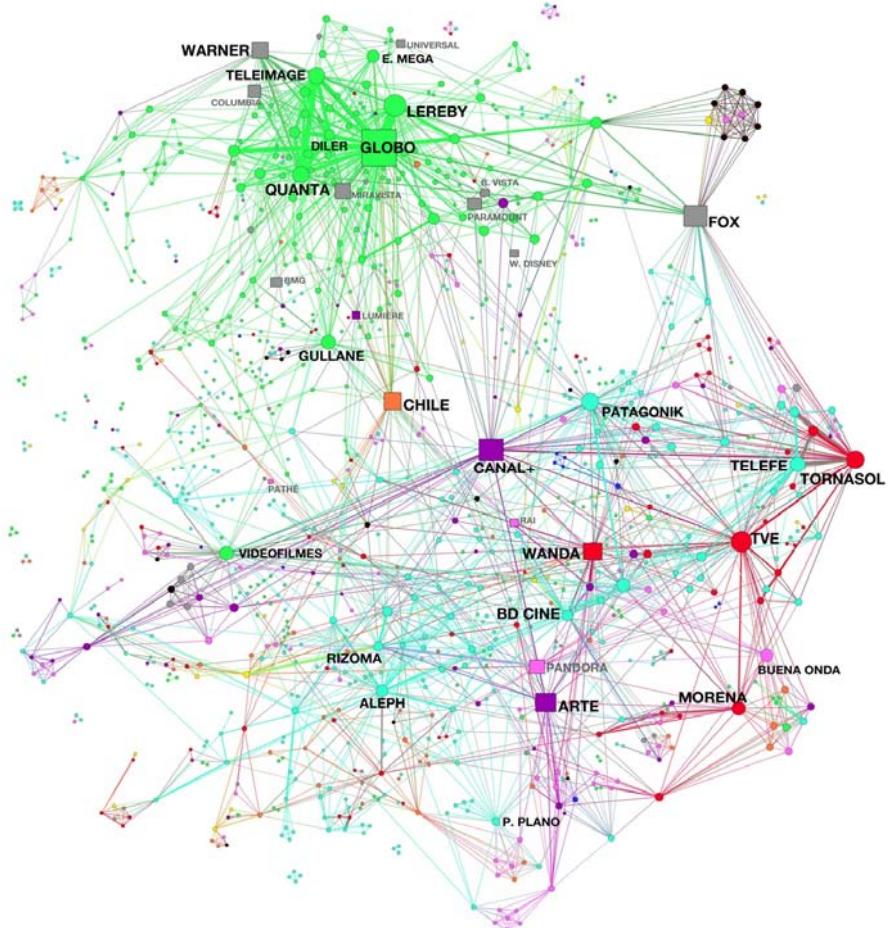
Total de largometrajes nacionales estrenados (ficción)	954
Taquilla media bruta al año (en millones de dólares)	653,43
Número medio de entradas al año (en millones)	152,38
Número de productoras en activo, incluyendo:	1054
- <i>Majors</i>	16
- Independientes	1038
Origen de las productoras (%):	
- Mercosur	68,50%
- Resto de Suramérica	3,80%
- Norteamérica	5,90%
- Europa	20,60%
- Resto del mundo	1,30%

La producción cinematográfica del Mercosur ha sido descrita como bastante desintegrada (véase la Figura 1 y la Tabla 3). El 84.44% de los actores tienen al menos un enlace con cualquier otro de los nodos. Esto nos indica que hay una tendencia en los países del Mercosur a desarrollar películas en coproducción entre dos o más productoras. A la inversa, esto significa que más del 15% de los productores han producido una película en solitario. El coeficiente de clústeres es otro indicador de la tendencia de los actores a crear grupos amplios y cohesionados. El coeficiente de clústeres del análisis de redes es 0.80, lo que indica que la posibilidad de crear una red cohesionada en el Mercosur es del 80%.

Sin embargo, esto no significa que esta red esté actualmente integrada como grupo. Primero, el diámetro de la red de producción del Mercosur es de 9 puntos, lo que quiere decir que la mayor distancia entre cualquiera de dos productores en la red tiene nueve nodos o actores, por tanto superior a la media de seis que aporta la teoría de un mundo pequeño (Kleinberg, 2000). Hemos analizado la tendencia de los nodos del Mercosur a organizarse en subgrupos dentro de la red. En el SNA, es posible analizar al menos dos subgrupos dentro de la red. Los triángulos son subgrupos con al menos tres productores con lazos en común (Wasserman y Faust, 2007). En la red que aquí se estudia hay 3.340 triángulos, esto es, la mayoría de las producciones están hechas por una media de tres productores.

Esta medida indica también que hay una voluntad constante de colaborar con los mismos socios, lo que puede crear nexos intensos entre los actores. Los clústeres son grupos privilegiados por tener conexiones en esta red. El análisis procesado por el programa Gephi ha identificado la existencia de dos clústeres principales: uno formado por 198 productoras y otro por 54 actores, de hecho en torno a productores argentinos y brasileños respectivamente. Además, todos los demás productores (76%) forman pequeños *clicks*.

Figura 1. Red de producciones cinematográficas del Mercosur, 2004-2012



Nota. Tamaño de los nodos: Centralidad de Bonacich de 10 a 60. Etiquetas: Grado de centralidad. Enlaces: línea gruesa (fuerte); línea fina (débil). Forma del nodo: tipo – Independiente (círculo); *major* (cuadrado). Color del nodo: origen – Argentina (azul claro), Brasil (verde), Paraguay (azul oscuro), Uruguay (amarillo), EEUU (gris), Latinoamérica (naranja), España (rojo), Francia (lila), Europa (rosa), otros (negro). Diseño: Force Atlas. Los 20 productores con mayor grado de centralidad son indicados por sus respectivas etiquetas, para facilitar la localización de estos actores dentro de la red.

4.2. La evolución de la integración en Mercosur

Más interesante que entender si la producción cinematográfica del Mercosur sigue un proceso de integración es seguir su evolución durante el periodo. Las principales medidas han sido resumidas en la tabla 3. Las figuras 3-5 representan la red social de la producción cinematográfica del Mercosur en los tres subperiodos.

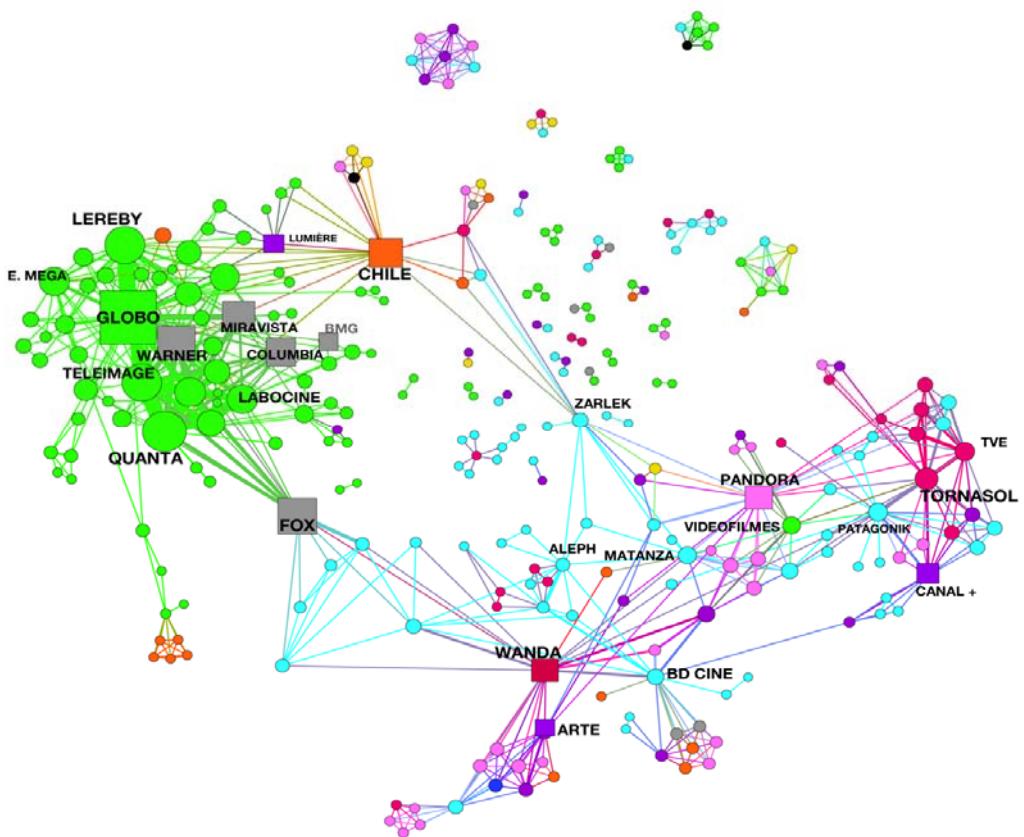
Tabla 3. Evolución de la red de producciones cinematográficas del Mercosur de 2004 a 2012

Medidas SNA	Red del Mercosur	Evolución		
		2004-2006	2007-2009	2010-2012
Nodos (= número de productores)	1054	283	383	486
Tamaño de la red (= número de líneas)	2392	688	794	1073
Cobertura (= actores conectados)	890 (84,44%)	n/a	n/a	n/a
Diámetro de la red	9	8	13	9
Modularidad	0,093	0,724	0,833	0,83
Triángulos	3340	908	1046	1292
Coeficiente medio de clústeres	0,8	0,834	0,843	0,86
Clústeres	1 - 198 nodos 2 - 54 nodos 3 - 7 nodos 4 - 52 nodos	1 - 26 nodos 2 - 16 nodos 3 - 7 nodos 4 - 52 nodos	1 - 39 nodos 2 - 77 nodos 3 - 15 nodos	1 - 194 nodos
% de productores fuera de los clústeres	76%	83%	52%	60%

El gráfico de la red (Figura 2) subraya el patrón de relación de los 283 productores que se encontraban en activo en la producción cinematográfica del Mercosur de 2004 a 2006. El SNA identifica tres clústeres en esta red, pero el 83% de los nodos se organizan en *cliques* aislados. Visualmente, el formato de la red indica una red formada por dos lados opuestos con escasa coordinación central. El clúster de producciones brasileñas se encuentra en el lado superior izquierdo de la

tabla, en verde. Es interesante notar que éste es un grupo muy cerrado que ha cooperado con *majors* estadounidenses, una compañía francesa y la chilena Chile Films, que supone el puente con el otro lado de la red. La posición cerrada de algunos productores brasileños indica la intensa y cercana relación entre ellos. En la parte inferior derecha, las uniones entre productores argentinos y uruguayos con franceses y españoles es claramente visible. No hay apenas enlaces entre los clústeres brasileños y argentinos.

Figura 2. Red de producciones cinematográficas del Mercosur, 2004-2006

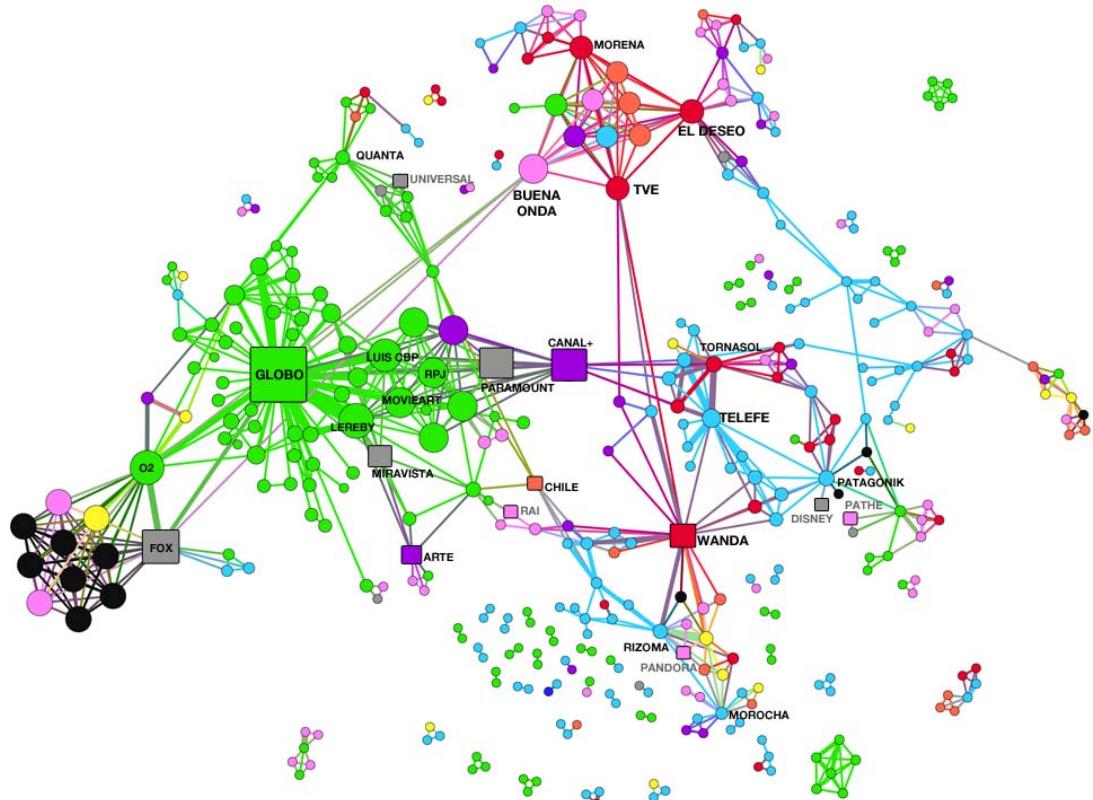


Nota. Tamaño de los nodos: Centralidad de Bonacich de 10 a 60. Etiquetas: Grado de centralidad. Enlaces: línea gruesa (fuerte); línea fina (débil). Forma del nodo: tipo – Independiente (círculo); *major* (cuadrado). Color del nodo: origen – Argentina (azul claro), Brasil (verde), Paraguay (azul oscuro), Uruguay (amarillo), EEUU (gris), Latinoamérica (naranja), España (rojo), Francia (lila), Europa (rosa), otros (negro). Diseño: Force Atlas. Los 20 productores con mayor grado de centralidad son indicados por sus respectivas etiquetas, para facilitar la localización de estos actores dentro de la red.

El SNA identifica una ligera tendencia a la integración entre 2007 y 2009 (véase Figura 4). El principal indicador visible es el decrecimiento del número de productores fuera de los clústeres (52% frente a 83% en el subperiodo anterior). Además, la modularidad aumenta, así como el coeficiente medio de clústeres, ambos indicadores de la constitución de clústeres más densos. Por otro lado, hubo un crecimiento en el número de triángulos y en el diámetro de la red. Esto puede, no obstante, ser el resultado del crecimiento en el número de productores (383 frente a 282) y de películas de ficción (111 frente a 83).

Los resultados de la red en este periodo estuvieron influidos por el aumento del número de coproducciones, incluyendo algunas internacionales. Por ejemplo, la película *Blindness* es una coproducción entre Japón, Brasil, Uruguay y Canadá, con el récord de productores de otras nacionalidades. Otro ejemplo es *Cobrador, In God We Trust*, que unió a productoras brasileñas, argentinas, españolas y francesas. Estos proyectos han sido capaces de alterar el formato de la red, con cuatro clústeres (véase la Tabla 3). No obstante, el clúster central del mercado brasileño permaneció cerrado en sí mismo.

Figura 3. Red de producciones cinematográficas del Mercosur, 2007-2009.

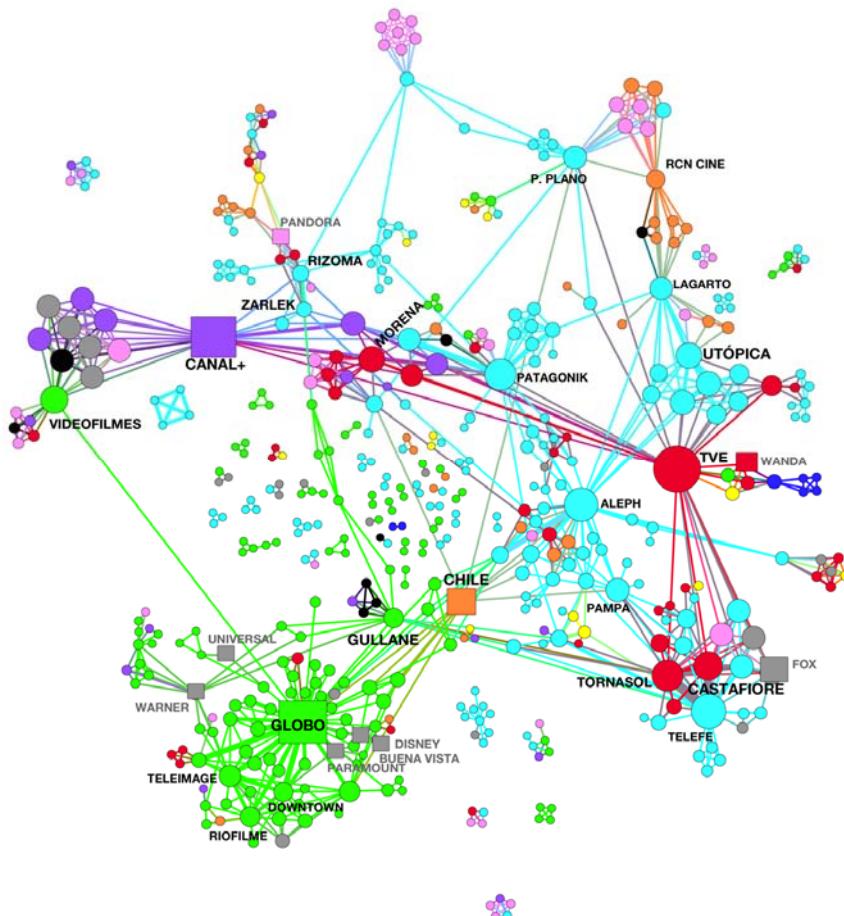


Nota. Tamaño de los nodos: Centralidad de Bonacich de 10 a 60. Etiquetas: Grado de centralidad. Enlaces: línea gruesa (fuerte); línea fina (débil). Forma del nodo: tipo – Independiente (círculo); major (cuadrado). Color del nodo: origen – Argentina (azul claro),

Brasil (verde), Paraguay (azul oscuro), Uruguay (amarillo), EEUU (gris), Latinoamérica (naranja), España (rojo), Francia (lila), Europa (rosa), otros (negro). Diseño: Force Atlas. Los 20 productores con mayor grado de centralidad son indicados por sus respectivas etiquetas, para facilitar la localización de estos actores dentro de la red.

La evolución en el subperiodo 2010-2012 confirma la tendencia hacia la integración de la red informal (véase Figura 5). Si, por un lado, el clúster brasileño de grandes productores que trabajan en cooperación con las *majors* de EEUU se mantiene cerrado e integrado, por otro lado este clúster deja gradualmente de tener una posición prominente en la red. Ahora, el centro está ocupado por varios *cliques*. Esto se refleja en los resultados de la SNA que encuentran tan solo un clúster con 194 nodos incluidos. Este escenario enfatiza también la consecución de nuevas coproducciones dentro del Mercosur.

Figura 4. Red de producciones cinematográficas del Mercosur, 2010-2012



Nota. Tamaño de los nodos: Centralidad de Bonacich de 10 a 60. Etiquetas: Grado de centralidad. Enlaces: línea gruesa (fuerte); línea fina (débil). Forma del nodo: tipo – Independiente (círculo); *major* (cuadrado). Color del nodo: origen – Argentina (azul claro),

Brasil (verde), Paraguay (azul oscuro), Uruguay (amarillo), EEUU (gris), Latinoamérica (naranja), España (rojo), Francia (lila), Europa (rosa), otros (negro). Diseño: Force Atlas. Los 20 productores con mayor grado de centralidad son indicados por sus respectivas etiquetas, para facilitar la localización de estos actores dentro de la red.

El análisis de las redes de producción cinematográfica de 2004 a 2012 muestra una tendencia a la integración regional basada en la expansión de las coproducciones entre países de la región, aunque no es posible afirmar que el Mercosur represente un mercado cinematográfico integrado. El diámetro de la red se mantiene en 9 aunque hubiera aumentado a 13 de 2007 a 2009. Sin embargo, se conserva así aunque el tamaño de la red haya aumentado. Similarmente, el hecho de que el número de triángulos haya crecido en ese periodo puede ser explicado por el aumento del tamaño de la red.

Por otro lado, el número de clústeres pasa de 3 a 4 a 1 en el periodo final. De igual manera, la modularidad aumenta a lo largo del periodo, lo que muestra conexiones más densas entre los nodos dentro de los módulos pero posiblemente más escasas entre nodos de diferentes módulos. Igualmente, el coeficiente de clústeres, esto es, la tendencia de los nodos a crear clústeres, aumenta. Esto se refleja en el decrecimiento de del porcentaje de productores fuera de los clústeres, de 83% a 60% (incluso 52% en el periodo intermedio), aunque el valor se mantiene significativo.

4.3. La evolución de la diversidad en el ámbito del Mercosur

En términos de variedad, la producción cinematográfica se está volviendo más diversa, tanto en diversidad ofertada como en diversidad consumida. Esto corresponde a un mercado en expansión. Como se ha visto antes (en la Tabla 3), el número de productores en activo en producciones o coproducciones en el Mercosur aumenta durante el periodo, siguiendo el incremento del número de películas locales producidas. Como contrapartida, las entradas y especialmente los ingresos en taquilla han aumentado durante el periodo.

Tabla 4. Evolución de las entradas de cine y la taquilla en el Mercosur (media anual)

	2004-2006	2007-2009	2010-2012
Entradas	137,1	133	187
Taquilla bruta (millones de \$ americanos)	388,1	534,1	1040,9

En general la producción se está volviendo más diversa en términos de su origen (véase la Tabla 5). Cada vez más películas son producidas localmente. Además, en un contexto en el que el número de productores locales aumenta, el porcentaje de productores locales también aumenta. Esto no evita que el origen de los productores sea cada vez más equilibrado durante el periodo. Podría

argumentarse que el origen de los productores cinematográficos se vuelve también más y más diverso durante este periodo, con más productores del resto de Latinoamérica y en particular del resto del mundo (por ejemplo, Asia y África).

Tabla 5. Evolución de la diversidad (por origen) en Mercosur

	2004-2006	2007-2009	2010-2012
Largometrajes de ficción nacionales estrenados (media anual)	83	111	124
Porcentaje de productores del Mercosur	63,6%	65,0%	66,9%
Porcentaje de productores del resto de Latinoamérica	5,7%	4,7%	6,4%
Porcentaje de productores del resto del mundo	0,7%	2,9%	1,6%
Porcentaje de productores por origen (uniformidad de Shannon)	0,781	0,784	0,785

El análisis mira ahora a los productores y su respectivo poder en el sector. Se asume que la diversidad aumenta cuando el poder está más equilibrado entre los productores de cine del Mercosur. El primer resultado a ese respecto es el aumento del número de productores activos independientes mientras que el número de *majors* se mantiene estable durante el periodo. Más exactamente, valorar el equilibrio de las centralidades indica que el sector de la producción cinematográfica se está volviendo más y más equilibrado durante este periodo.

Esto significa que el poder en la red de actores fuertes (por ejemplo, Globo, Canal + o Wanda) se vuelve más y más diluido durante el periodo, en particular cuando se compara el tercer subperiodo con el primero. Sólo el índice PageRank refleja una red más desequilibrada.

Tabla 6. Evolución del número activo de productores (por tipo) y del equilibrio de centralidades entre los productores del Mercosur

	2004-2006	2007-2009	2010-2012
Majors	12	13	12
Independientes	271	370	474
Equilibrio de centralidades entre productores, empleando			
Grado de centralidad de Freeman	0,939	0,938	0,948

Grado ponderado	0,893	0,927	0,941
PageRank	0,975	0,971	0,967
Centralidad de vector propio o <i>Eigenvector Centrality</i>	0,859	0,834	0,873

5. Conclusión: ¿hacia una industria cinematográfica del Mercosur integrada?

Las políticas cinematográficas del Mercosur consideran al sector del cine capaz de generar un sentido de identidad regional común y de proteger y promover la diversidad cultural. Los principales objetivos de estas políticas son fortalecer la producción, promover la circulación de contenido local y ayudar a la integración de un mercado único para la industria del cine. Tomando en consideración los presupuestos de las políticas cinematográficas, pueden considerarse políticas progresivas con capacidad limitada para provocar cambios estructurales en la industria del cine.

En este orden de cosas, este artículo ha examinado la industria de la producción de cine en el Mercosur para ver si hay integración entre las industrias de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Para hacerlo, se ha investigado *quién* produce películas en la región y *con quién*, particularmente evaluando cómo se constituyen estas redes y su potencial impacto en términos de diversidad cultural.

La primera contribución de este artículo es metodológica, con la propuesta de combinar el Análisis de Redes Sociales o SNA con el Modelo de Stirling, que nos permite analizar respectivamente la integración y la diversidad cultural del sector de la producción filmica del Mercosur. Este artículo propone en concreto aplicar el índice de uniformidad de Shannon a diversos tipos de centralidad con el objetivo de valorar el equilibrio de poder en la red.

En segundo lugar, este artículo se ha basado en una base de datos amplia y exhaustiva que ha permitido valorar la evolución de la integración y la diversidad del mercado durante el periodo estudiado. De esta forma, el artículo ha encontrado que a pesar de las políticas filmicas del Mercosur, existe aún una falta de integración de la industria cinematográfica regional. Es no obstante bastante diversa, tanto en volumen de producción como en su capacidad de limitar la hegemonía de las *majors* estadounidenses.

En tercer lugar, el artículo aporta resultados en cuanto a la evolución de la diversidad y la integración. Aunque desintegrada, la producción cinematográfica del Mercosur se está volviendo más integrada durante los últimos años. La estricta separación entre el mercado brasileño y el resto del Mercosur parece estar desapareciendo lentamente.

Esto va de la mano de un mercado cada vez más diverso. Primero en lo que se refiera a la variedad pura, con más y más películas que son producidas por más y más productores. Además, los productores locales representan un porcentaje cada vez mayor del total de productores, pero no a costa de los productores minoritarios (aquellos que provienen del resto del mundo). Los independientes son también cada vez más importantes en este mercado. Todo ello contribuye a que la industria

esté más equilibrada. Esta evolución en términos de diversidad ofertada corresponde a un aumento de la diversidad consumida (del consumo de películas en los cines).

Así, este análisis muestra que (1) hay una correlación positiva entre la integración del mercado y la diversidad cultural en el caso del sector de producción cinematográfica del Mercosur; (2) el aumento de la diversidad ofertada conlleva o se da conjuntamente al de la diversidad consumida.

Estos hallazgos requieren más investigación. Una primera forma de proseguir sería conseguir más información sobre la diversidad consumida, en concreto para saber si el consumo cinematográfico se equilibra a favor de las películas locales y/o las independientes. Otra forma interesante sería expandir el análisis a los sectores de la distribución o la exhibición. Nuestra intuición es que estos sectores no tienen necesariamente más integración en el ámbito del Mercosur, pero probablemente tengan un papel mayor entre las *majors* estadounidenses, particularmente en Brasil.

Referencias

- Almeida, P. R. (2002), *Mercosul em sua primeira década (1991-2001): Uma avaliação política a partir do Brasil*. Buenos Aires: INTAL, ITD, STA.
- Bernal-Meza, R. (2008), “Argentina y Brazil en la Política Internacional: regionalismo y MERCOSUR (estrategias, cooperación y factores de tensión)”. *Rev. Brasileira Política Internacional*, 2 (5)1, 154-178.
- Borgatti, S. P. y Foster, P.C. (2003), “The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and Typology”. *Journal of Management*, 29(6), pp. 991-1013.
- Borja, J. T. (2011), *A retórica do silêncio: cultura no Mercosul*. 160 f. Tesis de Maestría (Mestrado em Relações Internacionais) - Universidade de Brasília, Brasilia.
- Burt, R. S. (2000), “Decay functions”. *Soc. Networks*, 22, 1-28.
- Canclini, N. G. (2007), *Cooperación, Diálogo: ¿son las palabras más apropiadas?* V Campus Euroamericano de Cooperação Cultural. Almada, Portugal.
- Canedo, D. (2013), *¿Todos contra Hollywood? Políticas, Redes e Fluxos do Espaço cinematográfico do Mercosul e a Cooperação com a União Europeia*, Tesis Doctoral.
- Canedo, D., Loiola, E. y Pauwels, C. (2015), “A Recam e a política cinematográfica do Mercosul: Promoção da Integração Regional e da Diversidade Cultural?”. *Políticas Culturais em Revista*, 1(8), 2-20.
- Canedo, D. y Crusafon, C. (2014), “The European Audiovisual Policy Goes Abroad: the Case of Interregional Cooperation with Mercosur”, en Pauwels, C., Donders, K. y Loisen, J. (eds.). *The Palgrave Handbook on European Media Policy*. Londres, Palgrave.
- Castells, M. (2010), “The New Public Sphere: global civil society, communication networks, and global governance”, en D. K. Thussu (ed.), *International Communication: A Reader*. New York, Routledge, 36-47.
- De Verdalle, L. (2013), “Organizational and relational embeddedness of project-based careers: the case of independent film producers in France”, Proceedings of IFKAD, Zagreb, Croatia, 12-14 junio.
- Ebbers, J. (2009), *Organizational Dynamics in Social Networks: Contracts and Reputations in the Film Industry* (Tesis doctoral), Amsterdam: Facultad de Economía y Negocios.

- Ehrmann, T., Dormann, J. y Meiseberg B. (2012), Performance Implications of Economic and Network Analytic Concepts in the German Motion Picture Industry – An Empirical Analysis.
- European Audiovisual Observatory (EAO) (2011), *Focus. World Film Market Trends*. Strasbourg/Cannes, Marché du Film.
- Freedman, D. (2006), “Dynamics of power in contemporary media policymaking”. *Media Culture & Society*, 28 (6), 907-92.
- Galperin, H. (1999), “Cultural industries policy in regional trade agreements: the cases of NAFTA, the European Union and MERCOSUR”. *Media, Culture & Society*, 21(5), 627-648.
- González, R. (2011), “Cine Latinoamericano. Entre las pantallas de plata y las pantallas digitales. Producción y mercados en América del Sur y México”, en Getino, Octavio (coord.). *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*. Cuba, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano.
- Guimerà, R., Uzzi, B., Spiro, J. y Nunes Amaral, L. A. (2005), “Team assembly mechanisms determine collaboration network structure and team performance”, *Science*, 308, 697-702.
- Jackson, S. E., Joshi, A., Niclas L. y Erhardt., N. L. (2003). “Recent Research on Team and Organizational Diversity: SWOT Analysis and Implications”. *Journal of Management*, 29 (6), 801-830.
- Keenan, G. K. (2009), The Political Economy of Independent Films: A Case Study of Kevin Smith Films (tsis de master). Florida: Florida State University, College of Communication.
- Kirschbaum, C. (2006), “Renascença da indústria brasileira de filmes: destinos entrelaçados?”. *Revista Administração Empresarial*, 46 (3), 58-71.
- Kleinberg, J. M. (2000), “Navigation in a small world”. *Nature*, 406 (6798), 845.
- Koopmans, R. y Schaeffer, M. (2015), “Relational diversity and neighbourhood cohesion. Unpacking variety, balance and in-group size”, *Social Science Research*, 53, 162-176.
- Kravitz, D. A. (2005), “Diversity in teams – a two-edged sword requires careful handling”, *Psychological Science in the Public Interest*, 6, editorial.
- Loiola, E., Lima, C. 2009. “Redes sociais na produção de filmes da ‘Novíssima Onda Baiana’”. *Políticas Culturais em Revista*, 1 (2), 88-123.
- Lorenzen, M. and Täube, F. A. 2008. “Breakout from Bollywood?: The roles of social networks and regulation in the evolution of Indian film industry”. *Journal of International Management*, 14 (3), 286-299.
- Mercosur (1992), GMC/RES. Nº 34/92.
- Mercosur (2009^a), GMC/RES. Nº 27/09.
- Mercosur (2009b), PMA. DCI-ALA/2009/020-297
- Mercosur (2012), *Informe MERCOSUL* Nº 16. Instituto para a integração da América latina e do Caribe – BID-INTAL, 1^a ed. Buenos Aires: BID-INTAL.
- Miller, J. L. (2011), “Producing Quality: A Social Network Analysis of Coproduction Relationships in High Grossing Versus Highly Lauded Films in the US Market”. *International Journal of Communication*, 5, 1014-1033.
- Monje, D. (2011), Políticas del Audiovisual en Mercosur (1991-2007), *Cuadernos de Información*, 28, 81-94.
- Napoli, P. (1999), “Deconstructing the Diversity Principle.” *Journal of Communication* 49 (4), 7-34.

- Rafols, I. y Meyer, M. (2010), "Diversity and network coherence as indicators of interdisciplinarity: case studies in bionanoscience", *Scientometrics*, 82, 263-287.
- Ranaivoson H. (2007), "Measuring cultural diversity: a review of existing definitions", Expert Group Meeting on the Statistical measurement of the diversity of cultural expressions, UNESCO Institute for Statistics (UIS), Montreal, 27-28 de septiembre.
- Rivas, P., 2003 "Cooperación cultural en el espacio del Mercosur". *Pensar Iberoamérica*, 2, octubre 2002-enero 2003.
- Rhodes, R. A. W. (2006), "Policy Network analysis", en Moran, M., Reinand M. y Goodin R.E. (eds.), *The Oxford Handbook of Public Policy*. Oxford, Oxford University Press.
- Sténou, K. (ed.) (2003), *UNESCO and the issue of cultural diversity. Review and strategy, 1946-2003*. Paris, Unesco Publishing.
- Stirling, A. (2007), "A General Framework for Analyzing Diversity in Science, Technology and Society". *Journal of The Royal Society Interface*, 4, 15, 707-719.
- Soares, M. S. A. (2008), "A diplomacia cultural no Mercosul." *Rev. Bras. Política Internacional* 51 (1), 53-69.
- Thussu, D. K. (2007), "Mapping Global Media Flow and Contra-Flow", en: Thussu, D. K. (ed.), *Media on the Move: Global Flow And Contra-Flow*. Londres, Routledge, 11-32.
- UNCTAD (2010), *Creative Economy Report 2010*. Geneva, UNCTAD.
- Van Cuilenburg, J. y Van der Wurff, R. (2001), "Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch television Market", *The Journal of Media Economics*, 14, 213-229.
- Warschat, J. y Ehrenmann, S. (2013), "Diversity in the Early Phases of Product Development", *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 4 (1), 19-26.
- Wasserman, S. y Faust, K. (2007), *Social Network Analysis -Methods and Applications*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Weng, C.-Y., Chu, W.-T. y Wu, J.-L. (2009), "RoleNet: Movie Analysis from the Perspective of Social Networks". *IEEE Transactions on Multimedia*, 11 (2).