



## “Lá e de volta outra vez...”: uma apreciação de adaptações no cinema utilizando análise de redes sociais



<https://doi.org/10.56238/levv15n38-035>

### **Mateus Milan Garcia**

Graduado em Administração pela Universidade Federal do Pampa (2018), Técnico de Informática para internet pelo Instituto Federal Sul-Rio-Grandense(2021).

### **Paulo Cassanego Jr**

Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (2014). Mestre em Administração pela Universidade Federal do Santa Maria (2006). Professor na Universidade Federal do Pampa.

E-mail: paulo.cass@gmail.com

### **Mygre Lopes da Silva**

Doutora em Administração pela Universidade Federal do Santa Mara (2018), Mestra em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (2016). Professora na Universidade Federal do Pampa.

E-mail: mygresilva@unipampa.edu.br

### **Gabriela Cappellari**

Doutora em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (2020), Mestra em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (2017). Professora da Universidade Federal de Santa Maria.

E-mail: [gabriela.cappellari@ufsm.br](mailto:gabriela.cappellari@ufsm.br)

### **RESUMO**

Nos últimos anos a indústria cinematográfica vem alcançando altos índices de bilheteria com os seus filmes lançados, muitos desses filmes sendo adaptações de obras consagradas na literatura, como O senhor dos Anéis, além da renda obtida diretamente com a adaptação, a indústria também ganha com produtos derivados dessa adaptação, e assim se tornando um mercado promissor e com grandes oportunidades. A partir destes preceitos, este estudo tem como objetivo realizar uma análise comparativa da sociabilidade do universo presente no livro O Hobbit escrito por J. R. R. Tolkien e na sua adaptação cinematográfica, dirigida e produzida por Peter Jackson. E assim responder: Como a adaptação de obras literárias para o cinema pode criar alterações na obra original? Essa análise se dará por meio da análise de redes sociais, para assim demonstrar as possíveis alterações realizadas pela adaptação e compreender como tais mutações podem impactar no mercado cinematográfico. O levantamento de dados foi feito a partir da Leitura de O Hobbit e a leitura dos scripts da trilogia cinematográfica do O Hobbit(Uma Jornada Inesperada, A Desolação de Smaug e A Batalha dos Cinco Exércitos). Após a identificação da rede tanto do livro e dos filmes a partir da leitura de seus roteiros, e com a análise comparativa das redes identificadas com os grafos das redes sociais, mostrou como a adaptação conta de uma forma diferente a história transmitida pela original, desta maneira atingindo o objetivo deste trabalho, e as formas como isso afeta o mercado.

**Palavras-chave:** Senhor dos Anéis, O Hobbit, Cinema, Adaptação, Rede Social.

## 1 INTRODUÇÃO

A primeira apresentação pública de produtos da indústria do cinema foi realizada na França, no século XIX, por iniciativa dos irmãos Lumiers (DE AMORIM, 2010). As atividades dessa indústria foram marcadas inicialmente pela fabricação de equipamentos para a produção e gravação de filmes, sendo a Europa a maior potência na exportação de equipamentos e na produção de obras. Após o início dos conflitos no continente europeu, desencadeados pela Primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos iniciaram na América sua consolidação como polo da indústria do cinema, caracterizando assim a estabilidade e a hegemonia do cinema hollywoodiano (COSTA, 2006).

Deste período em diante, o mercado cinematográfico amadureceu, gerando a necessidade de reorganização de seus processos de produção, distribuição, exportação e exibição, e com o advento da tecnologia, transformou-se em uma importante indústria mundial (COSTA, 2006). As organizações que compõem este setor, assim como a grande maioria das organizações de diversos outros segmentos, têm por finalidade a obtenção de lucros através da venda e distribuição de seus produtos, que neste caso podem ser compreendidos como filmes e seus demais produtos complementares. Anualmente, a cadeia produtiva do cinema mundial movimenta um alto montante, configurando o constante desenvolvimento desta indústria, visto a capacidade de produção de lucros que esta oficina cultural pode gerar (BOLAÑO; SANTOS; DOMINGUEZ, 2006).

Neste contexto, diversas políticas culturais internacionais vêm sendo estabelecidas para que se possa garantir a segurança e a integração de produtos culturais entre diferentes partes do globo, sendo que estes produtos mostram-se na sociedade contemporânea como importantes fatores econômicos e sociais (GEERTZ, 1973; BOLAÑO; SANTOS; DOMINGUEZ, 2006). Segundo Araujo e Chauvel (2014), a indústria cinematográfica reproduz expressiva influência sobre os costumes, os hábitos, a moral e o consumo de seus telespectadores/consumidores, e, portanto, é motivo de grande interesse de empresas privadas e públicas que objetivam o desenvolvimento, o aprimoramento e a comercialização de produtos cinematográficos.

A produção de longas-metragens construída a partir de roteiros originais possui amplo espaço no mercado internacional. No entanto, nas últimas décadas obras adaptadas da literatura para o cinema tem alcançado recordes de bilheteria e, consequentemente, desenvolvendo o mercado de produtos secundários às obras cinematográficas (BRUNO, 2016). A título de exemplo, podem ser citadas as adaptações das obras *Harry Potter*, *The Lord of the Rings*, *The boy in the Striped Pyjamas*, *Alice in Wonderland*, *Cinderella*, dentre outros, que obtiveram arrecadações que alcançam bilhões de dólares, constituindo um mercado promissor.

Segundo Hutcheon (2013), as adaptações fazem parte do cotidiano dos indivíduos, não configurando a fidelidade e a cópia exata de obras originais, mas sim tratando-se da reprodução do texto adaptado, sendo, portanto, a repetição de obras literárias sem a intenção de replicação. Ainda segundo a autora, a adaptação da literatura para o cinema pode ser compreendida por meio de três vertentes, a saber: a transcodificação de uma obra, onde são apresentadas novas interpretações de histórias já formuladas; a criação ou recriação de textos, utilizando-se da reinterpretation; e por fim na elaboração de uma nova obra baseada em diferentes textos, facilitando a adaptação e disseminação de temáticas para os mais diferentes públicos. Nessa conjuntura, torna-se evidente a importante participação de adaptações literárias no mercado cinematográfico mundial, retratando uma alta gama de novos consumidores dos produtos derivados de literaturas clássicas e bestsellers, e gerando significativas fontes de lucro.

Diante disso, este estudo tem como objetivo realizar uma análise comparativa da sociabilidade do universo construído no livro *O Hobbit* escrito por J. R. R. Tolkien e da trilogia cinematográfica dirigida e produzida por Peter Jackson com os respectivos subtítulos *O Hobbit Uma jornada Inesperada* (2012), *O Hobbit A Desolação de Smaug* (2013) e *O Hobbit A Batalha dos Cinco Exércitos* (2014) através de análise de redes sociais, para assim demonstrar as possíveis alterações realizadas pela adaptação e compreender como tais mutações podem impactar no mercado cinematográfico. Assim, busca-se responder: Como a adaptação de obras literárias para o cinema pode criar alterações na obra original?

Para atingir o objetivo da pesquisa foram estipulados os seguintes objetivos específicos: a) identificar uma rede social a partir dos diálogos do livro *O Hobbit* de J. R. R. Tolkien; b) identificar uma rede social a partir dos diálogos da trilogia *O Hobbit* adaptada por Peter Jackson; e c) comparar as redes sociais criadas a partir das obras estudadas.

Esta pesquisa se justifica pela necessidade de compreensão sobre como se configura o mercado do cinema mundial, temática que vem se tornando de grande interesse em pesquisas acadêmicas que buscam identificar a atuação destes produtos culturais no mercado e suas influências na economia, nas políticas internacionais, em aspectos sociais, em canais de marketing, na competitividade do mercado global, no turismo brasileiro, dentre outros (MICHEL, 2011; UCHOA; DIAS, 2013; ARAUJO; CHAUVEL, 2014; FLEMING et al, 2015; SANTOS JÚNIOR; GOMES, 2015; LOPES; NOGUEIRA; BAPTISTA, 2017).

Do mesmo modo, parece pertinente buscar entendimentos sobre as dinâmicas de comercialização e produção de adaptações literárias para o cinema, sendo que esta relação próxima entre as duas obras fictícias podem incentivar ao consumo de produtos culturais que categorizam um mercado em franco crescimento. Desta forma, parte-se do princípio de que a disseminação de adaptações literárias além de contribuírem para a arrecadação de volumosas quantias no mercado



cinematográfico, que podem favorecer a atração de novos públicos que buscam curiosidades e detalhes nas obras originais (livros), formando um ciclo de retroalimentação de consumo (BRUNO, 2016).

Este estudo está organizado em cinco partes principais, sendo que além desta introdução, tem-se o referencial teórico, onde são apresentadas questões a cerca do tema estudado, a metodologia, onde se encontram delineados os procedimentos metodológicos utilizados, a análise e discussão dos resultados, e por fim as considerações finais deste estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção apresenta o referencial teórico abordando as considerações da literatura a cerca do tema estudado. Traz-se uma contextualização sobre a arte e o mercado cinematográfico, uma breve biografia sobre as obras estudadas e seu autor.

### 2.1 ARTE, O MERCADO E AS ADAPTAÇÕES CINEMATOGRÁFICAS

Pode-se considerar o início da indústria e do mercado cinematográfico datado no final do Século XIX (MACHADO, 2009). O surgimento de pequenas indústrias cinematográficas na Europa é marcado pelo crescimento da Sétima arte e pelo desenvolvimento gradual da tecnologia. No entanto, com o advento da primeira Guerra Mundial tal indústria acabou por enfraquecer seus processos e, principalmente suas etapas de produção. Com o conflito vivenciado na Europa, os países americanos observaram uma possibilidade de aumento de sua participação no mercado do cinema, visto as vantagens adquiridas com a compra de filmes virgens e de equipamentos vindos do continente europeu (MACHADO, 2009).

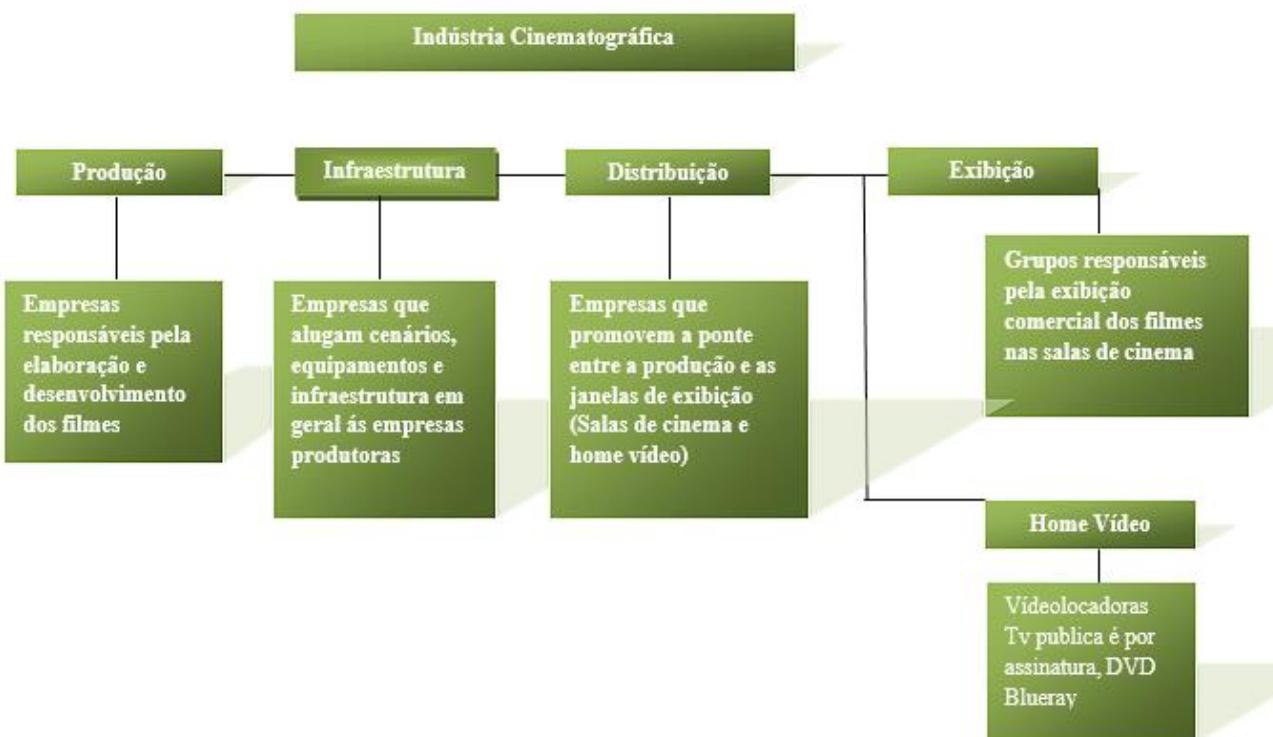
Com o continente europeu devastado pela guerra, deu-se inicio a expansão e monopolização da produção, distribuição e exibição das obras desenvolvidas na América, sobre tudo nos Estados Unidos, onde deu-se caminho para as grandes produtoras cinematográficas de Hollywood (MACHADO, 2009). Esse fato decorre também pelo apoio dado pelo governo americano às produtoras de cinema no final da década de vinte e inicio da década de trinta, com a quebra da bolsa de valores e a grande depressão americana o Governo Federal interveio e apoiou diferentes tipos de indústrias com a intenção de alavancar a economia, como explica Sklar (1975);

Mande fitas de cinema para os povos estrangeiros e prepare-se para receber, em pouco tempo pedidos de roupas, automóveis e aparelhos; essa lógica levou o congresso em 1926, a destinar 15.000 dólares à criação de uma seção cinematográfica na divisão de comércio externo e interno, sob direção do Secretário do comércio Hebert Hoover. Sua meta era promover o aluguel de filmes norte-americanos e a venda de equipamento cinematográfico ultramar [...] (Sklar, 1975 p. 254 apud MACHADO, 2009, p.83 ).

Atualmente a indústria cinematográfica de Hollywood já apresenta-se consolidada, constituindo-se de uma cadeia produtiva que, segundo (MICHEL; AVELLAR, 2014), vão desde a

produção até a entrega do home vídeo. Cabe a etapa de produção a identificação dos produtos a serem produzidos, bem como a criação e elaboração dos roteiros das obras cinematográficas, as demais etapas dizem respeito às questões base para a infraestrutura e gravação dos filmes, aos canais de distribuição e exibição, as equipes de comercialização e divulgação dos produtos e da entrega final dos produtos aos centros de distribuição midiática, conforme pode ser observado na Figura 01.

Figura 01 - Cadeia produtiva da Indústria Cinematográfica



Fonte: Michel; Avellar (2014).

A indústria do cinema muitas vezes faz uso de obras já consagradas como musicais, livros, peças de teatros, jogos de vídeo game, entre outras, para a criação de novos produtos cinematográficos. Isso porque, através da adaptação pode-se ter uma maior garantia de sucesso e bom retorno financeiro para os novos filmes ao atrair fãs das obras originais para as obras adaptadas. Hutcheon(2013) retrata que mesmo aparentando se tratar de uma ideia simples, a adaptação tem uma grande complexidade de ser definida, pois é utilizada a palavra “adaptação” de uma forma ambígua, para se tratar tanto do produto como para o processo, sobre isso a autora argumenta que (HUTCHEON, 2013, p 11):

Em resumo, a adaptação pode ser descrita do seguinte modo: 1) uma transposição declarada de uma ou mais obras reconhecíveis; 2) Um ato criativo e interpretativo de apropriação/recuperação; 3) Um engajamento intertextual extensivo com a obra adaptada.

Já Rey (1989) aponta que a adaptação exige um plano mais exigente, pois implica numa responsabilidade, e como essa responsabilidade se torna muito maior se for de uma obra conhecida, é passível de trazer vários conflitos se mal administrada. Cabe aos roteiristas a compreensão e melhor



gerenciamento das formas como ocorrerão tais adaptações, garantindo o melhor entendimento do público, dos autores das obras adaptadas e principalmente dos fãs das mesmas.

Os produtos desenvolvidos a partir de alguma adaptação literária são fontes de arrecadações volumosas no cinema mundial, visto que a transformação de um livro em filme incide sobre um público extremamente curioso e interessado nas histórias e nas formas como suas obras literárias favoritas serão recriadas no cinema. Por outro lado, a produção de filmes adaptados de livros permite a movimentação do mercado literário ao atrair novos telespectadores a fim de adquirirem as obras literárias vistas nas telas de cinema (BRUNO, 2016). Para autora, citando-se a título de exemplo a adaptação literária de Harry Potter, é possível compreender que muitas vezes a produção de filmes derivados de livros estabelece um incentivo à leitura daqueles que os assistem no cinema, como também o processo pode ser realizado de forma contrária.

Outro fator importante diz respeito a gama de produtos complementares criados como proposta de divulgação e marketing das adaptações que chegam ao cinema, estabelecidas como um processo de relançamento de histórias já anteriormente publicadas.

No próximo capítulo será apresentada uma breve bibliografia do autor da literatura estudada.

## 2.2 JOHN RONALD REUEL TOLKIEN – BIOGRAFIA

John Ronald Reuel Tolkien, nascido em Três de janeiro 1892 mil oitocentos e noventa e dois e falecido em Dois de setembro de mil novecentos e setenta e três. Perdeu os pais muito cedo, e com isso ele e o irmão ficaram sobre os cuidados de um padre católico, Padre Morgan, foi o quem começou a despertar o gosto por conhecimento por idiomas pelo pequeno Tolkien, pois além do Grego aprendeu Latim Frances e alemão. Foi professor de anglo-saxão em Oxford, e Professor de literatura Inglesa. Como base para suas criações, Tolkien como profundo admirador e conhecedor das mitologias europeias tais como a mitologia nórdica e celta com a qual se baseou para escrever suas obras. Assim se tornando autor de clássicos da literatura fantástica moderna como O Hobbit, O Senhor dos Anéis e O Silmarillion. (KYRMSE, 2003).

## 2.3 O HOBBIT E SUAS ADAPTAÇÕES PARA O CINEMA

O Hobbit foi publicado em mil novecentos e trinta e sete, a ideia para escrever a história começou quando uma tarde monótona corrigindo provas, o professor encontra uma folha em branco onde escreve; “Numa toca no chão vivia um Hobbit” (TOLKIEN, 2009 p.1). Até o final daquele ano todas as Mil e quinhentas cópias impressas do livro já haviam sido vendidas. Em Mil Novecentos e trinta e oito, um ano após seu lançamento na Europa, a obra é editada nos Estados Unidos, e obteve o mesmo sucesso tanto de vendas como de crítica, ganhando prêmio de Melhor ficção infanto-juvenil do



New York Tribune. Além de ter escrito a obra J. R. R. Tolkien também foi o responsável por criar todas capas, mapas, e demais ilustrações do livro.

A obra de Tolkien teve sua adaptação cinematográfica roteirizada e dirigida pelo mesmo diretor da trilogia O Senhor dos Anéis (2001, 2002 e 2003), o Neozelandês Peter Jackson. Com a adaptação o diretor conquistou vários prêmios incluindo Dezessete Oscars. Nos anos de (2012, 2013 e 2014), foi lançada a trilogia do O Hobbit, sendo a segunda vez que Peter Jackson trazia para o mundo do cinema o universo criado por Tolkien, criando um grande apelo para os fãs da franquia do O Senhor dos Anéis e demais obras ambientadas no universo da Terra Média (OLIVER, 2012).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

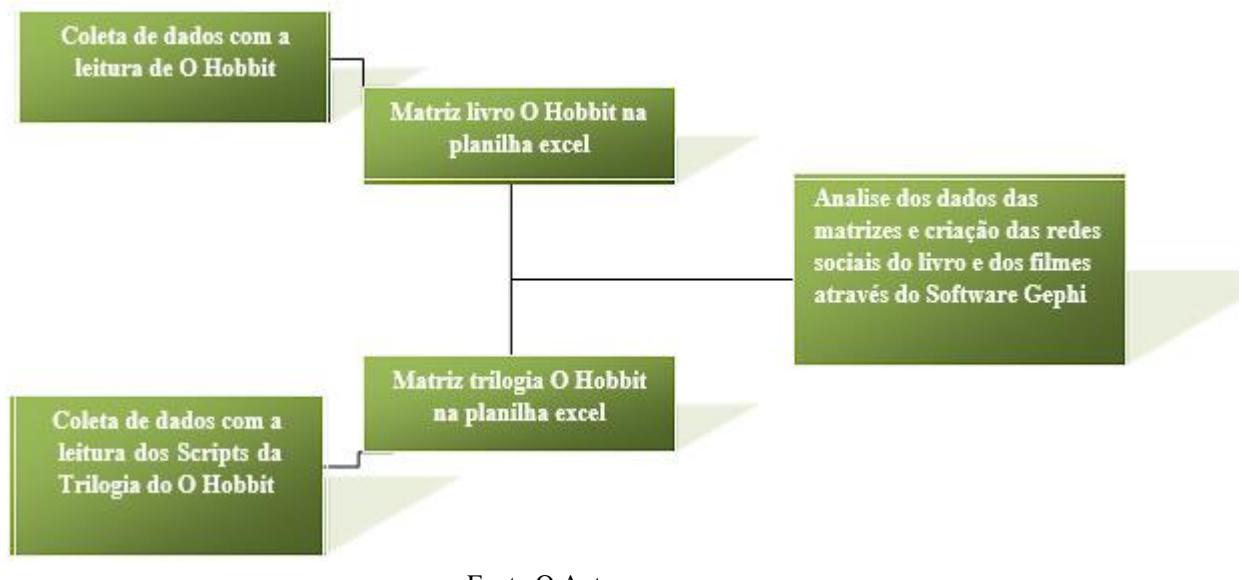
A partir deste capítulo abordam-se os passos metodológicos utilizados para se atingir os propósitos da pesquisa, contendo o tipo de pesquisa o método, a população e a amostra e como vão ser coletados e feitos a análise dos dados.

#### 3.1. TIPO DE PESQUISA

Na academia para entendermos algo nos baseamos em muitas pesquisas, as quais vão servir como base para o inicio de nosso projeto, para Gil (2010 p.1) da como definição e pesquisa “O procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.”, com esse entender, este trabalho visa responder a questão levantada anteriormente na problemática de pesquisa que é: Como a adaptação de obras literárias para o cinema podem criar alterações na obra original?

Como uma pesquisa que se utilizara de dados estatísticos para a montagem das redes sociais, está será uma pesquisa com uma abordagem quantitativa, por se tratar de um estudo que visa descrever um comportamento de um grupo, mensurando esse relacionar através dos números, ela vai ter a primeira parte da pesquisa como documental, por utilizar os scripts dos filmes e o livro original e uma segunda parte como descritiva, pois irá descrever o comportamento e as relações dos personagens nas redes sociais, agora proximamente mostraremos o passo a passo da pesquisa.

Figura 02 – Passos da Pesquisa



Fonte:O Autor

### 3.2 MÉTODO ESCOLHIDO

E assim definindo os objetivos tanto o geral como os específicos, optou-se por uma pesquisa descritiva:

A pesquisa descritiva observa,registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis)sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre,sua relação e conexão com outros,sua natureza e suas características.(CERVO;BERVIAN;SILVA,2007,p.61).

Como consta nos objetivos, procura-se descrever através da construção de redes sociais o relacionamento entre as personagens e as diferenças oriundas das mudanças nos produtos da trilogia de filmes O Hobbit, com dados secundários, obtidos através do script da trilogia O Hobbit e o livro obra original, tratamos também de uma pesquisa documental, que para Gil (2010) que mesmo tendo muitos pontos semelhantes com a pesquisa bibliográfica, já que ambas se utilizam de dados já existem, a diferença se encontra é que na pesquisa documental, se vale de todo o tipo de documentos que possam ter valia ao trabalho.

### 3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Nesta pesquisa foram utilizados dados secundários, que, na opinião de Hair et al. (2005 p.96) são “informações registradas com a intenção de representar fatos”. Os dados secundários que embasarão a pesquisa são os roteiros (scripts) dos filmes e o livro O Hobbit, pois já são dados existentes estes dados serão parte documental da pesquisa, depois de todos os dados obtidos, na parte descritiva e onde os dados serão analisados e após a análise através de redes sociais, vai ser descritos o comportamento e a relação das personagens através de redes sociais.

### 3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS

A análise de Redes sociais foi à metodologia escolhida, realizou-se uma análise comparativa da sociabilidade do universo no livro O Hobbit escrito por J. R. R. Tolkien e a trilogia cinematográfica dirigida e produzida por Peter Jackson.

O que a ARS procura fazer é estabelecer um meio objetivo de identificar conexões (laços ou relações) e pontos (nós ou atores) dentro de um sistema determinado (uma rede pessoal ou total, por exemplo) e, desse modo, representar padrões estruturais de relações que podem ser mais ou menos constantes, ou totalmente imprevisíveis e não - lineares (relações emergentes). (FAZITO 2002 p. [Sn]).

Tabela 01 - Indicadores de Centralidade em ARS

Indicadores	Definições
Centralidade de Grau	A centralidade é medida pelo número de laços que um ator possui com outros atores em uma rede. Tal medida revela somente a centralidade local dos atores. Centralidade de Saída: medida do número de ligações que um ator estabelece com outros atores da mesma rede, indicando expansividade.
Centralidade de Proximidade	Medidas baseadas na proximidade ou distância de um ator em relação aos outros atores em uma rede. Mede a centralidade global dos atores. Quanto mais central o ator é na rede, menor é o seu índice, e mais próximo um ator se encontra de todos os outros da rede, sendo maior a sua centralidade.
Central de Intermediação	Um ator é um intermediário se ele liga vários outros atores que não se conectam diretamente. Essa centralidade aborda questão de controle que esses atores intermediários possuem sobre aqueles atores que dependem localmente desse intermediário.
Centralidade de Bonacich	Medida que leva em consideração o número de ligações diretas que um ator possui dentro da mesma rede e, simultaneamente, a centralidade dos atores a ele vizinho. Essa centralidade demonstra a importância de avaliar não apenas a quantidade de atores que se relacionam entre si, mas o status destes atores na rede

Fonte (Bastos, Loiola e Regis (2015) apud Knoll et. al. 2016).

Para este trabalho vai ser usado a métrica da Centralidade, de grau, centralidade de proximidade, centralidade de intermediação e centralidade de Bonacich (autovetor) pois esta análise de redes sociais pode permitir desvendar de forma moderna os níveis de relacionamento dos indivíduos envolvidos no grupo. (MARQUES, 2000 apud KNOLL et. al. 2016).

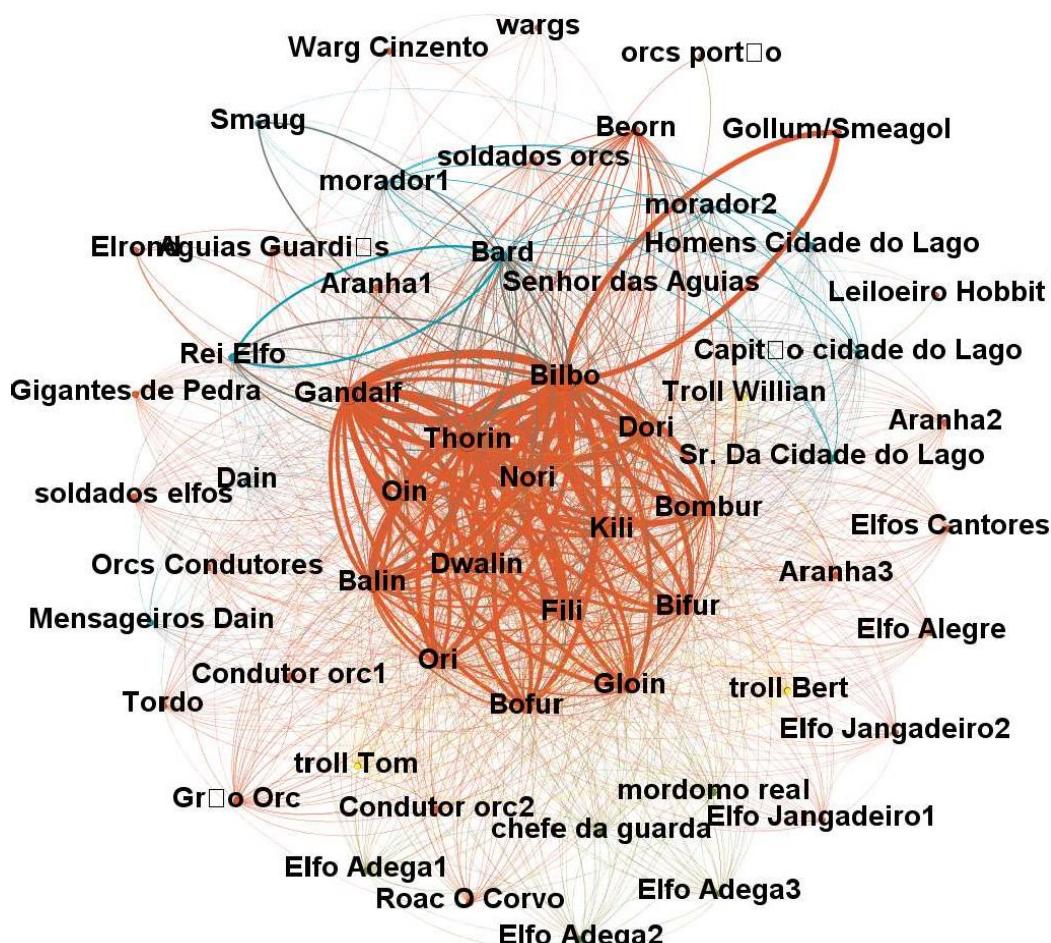
## 4 RESULTADOS

Após o término do levantamento de dados, feito a partir da Leitura de O Hobbit e dos scripts da trilogia cinematográfica do O Hobbit (Uma Jornada Inesperada, A Desolação de Smaug e A Batalha dos Cinco Exércitos), analisou-se as informações obtidas em ambas às plataformas através do software Microsoft Office Excel®, onde foram analisados separadamente os nós e as arestas da rede. Para análise sociométrica foi utilizada a Plataforma Gephi, no qual foi feita a visualização das redes através de grafos. Com uma rede levantada do livro e filmes, o livro com o total de cinquenta e nove personagens (Nós) e os filmes contando com Sessenta e nove personagens. Para a análise sociométrica foi utilizado o algoritmo Fruchterman-Reingold, um algoritmo de visualização de grafo que deixa os nós distribuídos de forma uniforme, minimiza o enlace e faz com que o distanciamento entre as arestas

seja homogênea, refletir simetrias dependentes, e deixar o grafo conforme como espaço disponível, além de facilitar a visualização dos grupos formados dentro da rede (Recuero; Bastos; Zago, 2015).

Para diferenciar os grupos formados pelos nós, usamos a métrica da modularidade, mostrando os clusters contidos na estrutura da rede (Recuero; Bastos; Zago, 2015). Como podemos ver o grupo com maior conexão entre si, tendo o tom de cor mais forte é formado pelo núcleo principal da história Bilbo, Gandalf e os treze anões, com cores menos marcantes estão os demais grupos da rede com suas conexões com os outros clusters da rede. No filme o núcleo principal se mantém o mesmo que no livro como o grupo com a modularidade mais forte, alem disso, notamos o quanto forte e o relacionamento entre o grupo central com os dos personagens incluídos no filme Tauriel, Legolas, Azog, Radagast, Alfrid, (OLIVER, 2012). E para realçar a força da relação entre os nós, calculamos através da métrica do grau ponderado, sendo os nós diferenciados pelo tamanho, os mais fortes com um tamanho maior do que os mais fracos. Foram as métricas escolhidas porque melhor mostraram as diferenças entre a obra original e a sua adaptação cinematográfica alem de facilitar ao leitor a identificação e a diferenciação.

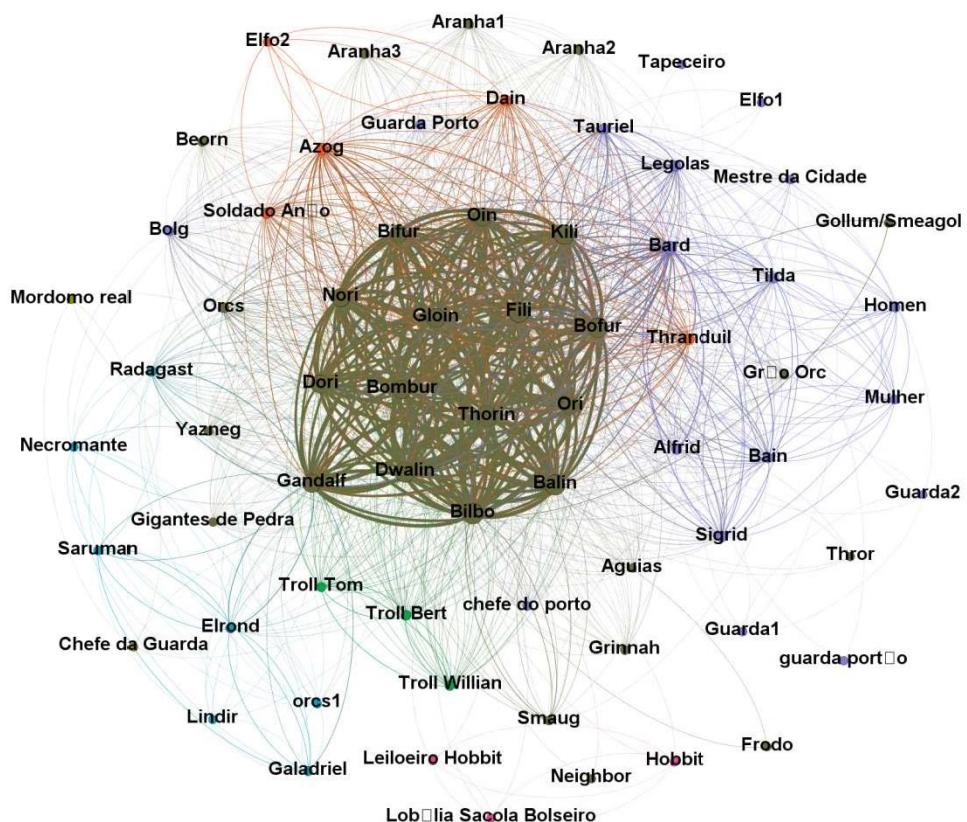
Figura 03-Grafo de Rede Social do livro Hobbit



Fonte·Autor



Figura 04 -Grafo de Rede Social da trilogia O Hobbit



Fonte: Autor

Com o mercado cinematográfico fazendo uso de adaptações para atingir grandes valores em suas arrecadações e no número de telespectadores (HUTCHEON, 2010), as diferenças apresentadas na obra adaptada em comparação a obra original podem ser percebidas por críticos e fãs que já possuem conhecimento sobre o enredo da história. Deste modo, pode-se dizer que a inclusão de personagens como Frodo, Saruman e Legolas, elementos existentes apenas na sequel de O Hobbit, configuram um apelo atrativo para os fãs. Isso porque, ao ilustrarem personagens existentes em diferentes obras literárias de mesmo autor, é criado um incentivo para que os fãs e curiosos das outras obras venham a buscar contato com os novos filmes.

Com base no exposto e conforme as análises realizadas neste estudo, que além da inclusão de personagens da trilogia anterior, fator que acarretou mudanças no decorrer da história, Jackson incluiu outra personagem, a Elfa Tauriel. A participação dessa personagem no enredo do filme ocasionou uma aceitação por parte do público denominado como girl power, o que demonstra o cuidado e a complexidade que envolve o processo de adaptações cinematográficas (REY, 1989). Dessa forma, mesmo tendo estes espectadores que não conhecem mais sobre a história, muitos buscam conhecer mais sobre a personagem e busque a compra de livros que deram vida a adaptação e de mais produtos oriundos das obras cinematográficas, como games, cadernos, action figures, livros contando o making of, e todo o processo envolvido nas adaptações MICHEL; AVELLAR (2014). Formando assim uma

movimentação na economia entorno da venda dos produtos relacionados com personagens e com os títulos e o marketing pesado que gira entorno das adaptações (BRUNO, 2016).

Agora veremos o comportamento das duas obras segundo as métricas de Análise de redes sociais.

Tabela 02: Grau do Nó e Intermediação

Livro O Hobbit		Trilogia O Hobbit		Livro O Hobbit		Trilogia O Hobbit	
Nó	Degree	Nó	Degree	Nó	Betweeness	Nó	Betweeness
Bilbo	110	Bilbo	102	Bilbo	516.213851	Bilbo	1075.89911
Balin	99	Thorin	94	Gandalf	202.288808	Gandalf	366.292125
Fili	99	Fili	90	Thorin	116.615133	Thorin	233.993611
Kili	99	Kili	90	Balin	88.263851	Legolas	277.731725
Gloin	99	Bofur	90	Fili	88.263851	Alfrid	215.891799
Nori	99	Dwalin	90	Kili	88.263851	Bard	204.586301
Dwalin	99	Balin	90	Gloin	88.263851	Balin	144.472667
Dori	99	Dori	88	Nori	88.263851	Fili	108.123696
Oin	99	Gloin	88	Dwalin	88.263851	Kili	108.123696
Bofur	99	Oin	86	Dori	88.263851	Bofur	108.123696
Bombur	99	Bombur	86	Oin	88.263851	Dwalin	97.834234
Ori	99	Ori	86	Bofur	88.263851	Dori	82.482191
Bifur	99	Nori	84	Bombur	88.263851	Gloin	82.482191
Thorin	98	Bifur	84	Ori	88.263851	Tauriel	82.200346
Gandalf	72	Gandalf	78	Bifur	88.263851	Oin	72.507683
Bard	47	Bard	66	Soldados Orcs	53.867332	Ori	71.532554
Rei Elfo	38	Legolas	64	Bard	21.800756	Bombur	70.763748
soldadosorcos	38	Tauriel	60	Senhor das Aguias	17.338596	Bombur	69.740132
morador1	37	Alfrid	58	Aguias Guardiãs	17.338596	Azog	69.646920
morador2	37	Azog	55	morador1	7.25	Elrond	66.885617

Fonte: Autor

Com o Grau do nó Degree, podemos mostrar o numero de conexões do personagem, com os demais ou seja quanto maior o grau mais central o personagem sera com a rede num todo e o Grau de Intermediação Betweeness mede quem mais serviu como conexão entre diferentes grupos da rede (Recuero; Bastos; Zago, 2015). No Grau de nó tanto do livro como da trilogia, o nó com maior Grau, ou seja o mais central na rede é o personagem Bilbo Bolseiro, mas no entanto logo após a Bilbo já notamos diferenças, em que o personagem Thorin na rede da trilogia é o Segundo nó mais central Percebe-se que personagens que pertencem somente a adaptação cinematografica Legolas, Tauriel, Alfrid, Azog, mesmo tendo o grau de nó baixo na tabela acima, se destacaram dos demais personagens que são pertencentes a obra original (OLIVER, 2012).

Na analise de intermediação Betweeness, ou seja o nós que mais serviram como ligação entre os demais grupos da rede (Recuero; Bastos; Zago, 2015). onde vemos os personagens da trilogia que se sobreponeram a personagens do livro.

Tabela 03:Proximidade e Centralidade de Autovetor:

Livro O Hobbit		Trilogia O Hobbit		Livro O Hobbit		Trilogia O Hobbit	
Nó	Closness	Nó	Closness	Nó	Eingenve ctor	Nó	Eingenve ctor
Wargs Cinzento	0.438462	Guarda 1	0.39645	Bilbo	1.0	Thorin	1.0
wargs	0.438462	Guarda2	0.39645	Thorin	0.976896	Dwalin	0.994992
Gollum/Smeagol	0.495652	Portão	0.39881	Balin	0.973963	Fili	0.993945
Orcs Portão	0.495652	Tapeceiro	0.401198	Fili	0.973963	Kili	0.993945
Smaug	0.508929	Elfo1	0.401198	Kili	0.973963	Bofur	0.993946
Hobbit Leilocero	0.508929	Galadriel	0.429487	Gloin	0.973964	Balin	0.988309
Elrond	0.513514	Saruman	0.432258	Nori	0.973965	Dori	0.986011
Mensageiros Dain	0.890625	Orcs1	0.435065	Dwalin	0.973966	Gloin	0.986012
Aranha 2	0.564356	Thor	0.440789	Dori	0.973967	Bilbo	0.977904
Elfos Soldados	0.564356	Necromante	0.440789	Oin	0.973968	Ori	0.977291
Elfo Jangadeiro 1	0.564356	Frodo	0.449664	Bofur	0.973969	Oin	0.976932
Elfo Jangadeiro 2	0.564356	Neighbor	0.449664	Bombur	0.973970	Bombur	0.976670
Roac O Corvo	0.564356	Gollun/Sme agol	0.449664	Ori	0.973971	Nori	0.967950
Aranha 1	0.57	Real Chefe da Guarda	0.452703	Bifur	0.973972	Bifur	0.967950
Aranha 3	0.57	Lobélia	0.452703	Gandalf	0.731779	Gandalf	0.816276
Capitão Cidade do Lago	0.57	Bolseiro	0.455782	Bard	0.558093	Bard	0.764046
Sr. Da Cidade do Lago	0.57	Azog	0.614679	Rei Elfo Capitão cidade do Lago	0.525471	Legolas	0.763748
Homens da Cidade do Lago	0.57	Tauriel	0.632075	Sr. Da Cidade do Lago	0.518218	Tauriel	0.736676
Tordo	0.57	Alfrid	0.638095	Homens Cidade do Lago	0.518218	Alfrid	0.695453
Elfos Cantores	0.575758	Legolas	0.656863	Cidade do Lago	0.518218	Azog	0.693502

Fonte: Autor

No grau de proximidade Closness, podemos ver o quanto um nó está proximo dos demais nós na rede e o quanto ele é suscetível a influencia dos demais nós, E a centralidade do autovetor Eigenvector não considera somente as conexões do nó, mas considerando tambem as conexões dos nós com ele conectado, com essa metrica conseguimos avaliar a influencia de determinado nó na rede (Recuero; Bastos; Zago, 2015). O grau de proximidade do livro, os nós com maiores indices foram Warg cinzentos seguido por wargs e Gollum/Smeagol e na metrica resultante da rede da trilogia temos



de cinco personagens, três são personagens da adaptação sendo eles, Tapeceiro, Galadriel e Sarumam. Na centralidade de auto vetor do Livro Bilbo alem de ser o nó mais centralizado da rede, Demonstrou ser o ator mais influente da rede, seguido por Thorin, Balin, Bifur e Bofur, a mudança ocorre na rede do filme, que Thorin é o nó com maior influencia, sendo ele o personagem com maior poder de influencia na trilogia e bilbo ficando abaixo dos cinco primeiros.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a identificação da rede tanto do livro e dos filmes a partir da leitura de seus respectivos scripist e com a análise comparativa das redes identificadas através dos filmes, mostrou que a adaptação tem a sua própria maneira de contar a mesma história só que de forma diferente Hutcheon (2013). Dessa forma entende-se que atingiu-se o objetivo desse estudo, demonstrando as alterações ocorridas nesta adaptação, e as mudanças que podem vir a influenciar o mercado consumidor dessas obras, e influenciar os demais mercados que também lucram com as adaptações.

Na Analise da rede em grafos tornou a visualização das mudanças mais fáceis de ser compreendidas e de se verificar como se comportaram os personagens criados e se eles exerceram um papel importante na adaptação, com novos personagens, existentes na adaptação o mercado cinematográfico visa atrair um maior publico, não só fãs da obra, mas como pessoas que se simpatizam por aquele Ator, que interpretou o mesmo personagem em outro filme e o mesmo fará parte da adaptação ou que por alegoria ele pode representar um assunto que esteja em voga no momento do lançamento da adaptação e seja de interesse do espectador que acaba consumindo o filme. A indústria cinematográfica nos dias de hoje não espera ganhar somente com o filme em sim ganhar com licenças vindas das marcas criadas sobre os filmes, e assim fazendo um ciclo no qual não só a indústria do cinema ganhe, mas toda a indústria envolvida por trás, como a Editora que tem os direitos sobre a obra literária, o estúdio que fará o game do filme, e com os demais produtos oriundos da adaptação, futuras pesquisas, podem usar a mesma metodologia analisar outras obras de Tolkien, ou outras obras adaptadas para o cinema e ver se o seu comportamento é semelhante ao do estudado.



## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Fábio Francisco de; CHAUVEL, Marie Agnes. Filmes franceses no mercado brasileiro—refletindo sobre as estratégias promocionais de uma distribuidora independente: um caso de ensino. *Revista de Economia e Administração*, v. 13, n. 1, p. 115-142, 2014.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Cristina Andrade dos; DOMINGUEZ, José Manuel Moreno. A indústria cinematográfica no Mercosul: economia, cultura e integração. *Revista de Economía de lasTecnologías de laInformación y Comnicación*, 2006.

BRUNO, Bruna Brasil Seixas. Adaptações literárias no Cinema e como elas incentivam a Leitura: o caso Harry Potter. 2016.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. Metodologia científica. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando. História do cinema mundial. Papirus, 2006.

DE AMORIM, Marcel Alvaro. "Ver um livro, ler um filme": sobre a tradução/adaptação de obras literárias para o cinema como prática de leitura. 2010.

DE FIGUEIREDO LOPES, Rafael; DE SOUZA NOGUEIRA, Wilson; BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Imaginário, Cinema e Turismo: Uma Viagem por Clichês Culturais Associados ao Brasil, no Filme Rio 2/Imaginary, MoviesandTourism: A Travelthrough Cultural Stereotypes Associated withBrazil in theMovie Rio 2. ROSA DOS VENTOS- Turismo e Hospitalidade, v. 9, n. 3, 2017.

FAZITO, Dimitri. A Análise de Redes Sociais (ARS) e a Migração: mito e realidade. In: Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais, XIII ., 2002, Ouro Preto. XIII ... [S.l.: s.n.], 2002. p. [sn]

FLEMING, Marta Cristina Nunes Cruz; SANTOS, Marcia Pereira; SAUERBRONN, JoãoFelipe Rammelt; VIEIRA, Francisco Giovani David. Explorando a matriz social de um sistema de marketing: o caso serra pelada. *Revista alcance*, v. 22, n. 4, 2015.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 179 p.

HAIR JR., Joseph Franklin et al. Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HASELEIN KNOLL, Katiane Rossi et al. A Importância do Estrangeiro na Construção do Planejamento Estratégico de uma Conurbação Binacional. XVI Mostra de iniciação científica pós-graduação, pesquisa e extensão. Caxias do Sul, p. [Sn], set. 2016.

HUTCHEON, Linda. Uma Teoria da Adaptação. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013. 280 p. Informe de Acompanhamento do Mercado de Filmes e Bilheterias Resultados de 2011. Disponível em: <[http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/Informe\\_FilmesBilheterias\\_2011.pdf](http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/Informe_FilmesBilheterias_2011.pdf)>. Acesso em: 03 jun. 2017.

JACOMY, Mathieu et al. ForceAtlas2, a continuousgraph layout algorithm for handy network visualizationdesigned for theGephi software. *PloSone*, v. 9, n. 6, p. e98679, 2014. KYRMSE, Ronald. Explicando Tolkien. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 180 p.



MACHADO, Mariângela. A formação do Espectador de Cinema e a Indústria Cinematográfica Norte-Americana. *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, v. 14, n. 22, p.77- 87, dez. 2009.

MICHEL, Rodrigo Cavalcante; AVELLAR, Ana Paula. Indústria cinematográfica brasileira de 1995 a 2012: estrutura de mercado e políticas públicas. *Nova econ.*, Belo Horizonte, v. 24, n. 3, p. 491-514, Dez. 2014 .

OLIVER, Sarah. *O Hobbit: De A a Z*. 1. ed. São Paulo: Universo dos Livros, 2012. 224 p.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. Análise de redes para mídia social. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REY, Marcos. *O Roteirista Profissional: Televisão e Cinema*. 3. ed. São Paulo: Atica, 1997. 144 p.

TOLKIEN, J. R. R. *O Hobbit Lá e de Volta Outra Vez*. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

UCHOA, Gustavo Mota; DIAS, Reinaldo. O Cluster cinematográfico de Paulínia: uma análise da inovação e do empreendedorismo da indústria do cinema em Paulínia-SP. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 7, n. 3, p. 20-37, 2013.