



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Cibercinefilia: Incremento e Diversificação de uma Maneira de se Relacionar com o Cinema na Internet¹

Rafael José Oliveira Ofemann²

ESPM - SP

Resumo

A cinefilia se constituiu como uma maneira particular de se relacionar com o cinema no decorrer do século XX. Diferentemente do espectador comum de cinema, do cinéfilo espera-se que ele produza novos conteúdos ao refletir sobre as obras assistidas. A produção cinéfila realizada na internet chamamos de cibercinefilia. O uso contemporâneo das possibilidades tecnológicas digitais incrementou as práticas de consumo cinéfilas. Na atualidade, além de produzir reflexões críticas, o espectador engajado pode participar de redes de interesse comum, fóruns especializados e sobretudo assistir filmes que tinham sua distribuição limitada. Os resultados de nossa pesquisa demonstram que houve a ampliação e diversificação das práticas cinéfilas no ambiente *online*. Assim como, associadas à iniciativa do livre compartilhamento e da cultura da participação, estas práticas demonstraram ser movimentos de resistência perante a lógica hegemônica das grandes corporações cinematográficas.

Palavras-chave: comunicação e consumo; cibercultura; cinefilia; cinema; cultura participativa.

Introdução

O espetáculo do cinema só se completa em sua exibição para o espectador. Uma obra de nada valeria sem a sua apreciação por parte do observador. Um filme realizado torna-se um exercício, um esboço, se não for colocado sob o juízo do assistente. A relação entre cinema e espectador tem sido construída desde as primeiras exibições públicas de filmes, tendo se modificado e especializado em diferentes níveis neste período de tempo. Entre as diversas espectralidades surgidas destaca-se a cinéfila. Esta forma engajada de se relacionar com o cinema participou na própria afirmação do cinema como uma forma de arte no decorrer do século XX. Além de ter contribuído profundamente com as inovações e transformações empreendidas pelo cinema em sua história.

Em nossa dissertação de mestrado (OFEMANN, 2017) investigamos como as práticas cinéfilas se transformaram e se diversificaram após o surgimento da internet. Destacamos distintas formas de se

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 06 - Comunicação, Consumo e Subjetividade -, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestre pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo – ESPM, São Paulo. rafael.ofemann@gmail.com.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

relacionar com o material fílmico realizadas na internet e apresentamos algumas das manifestações mais preponderantes na cibercinefilia. Neste artigo apresentamos os principais resultados obtidos em nosso trabalho investigativo e ressaltamos as principais características das atividades do cinéfilo *online*. Nossa pesquisa foi iniciada com uma extensa pesquisa bibliográfica, o que nos permitiu pensar a cinefilia de uma maneira mais diversa, observando seus costumes mais usuais, retirando a exclusividade deste olhar do poder de poucos observadores altamente especializados. Com esse intuito realizamos um amplo levantamento das práticas mais comuns efetuadas na internet e investigamos em profundidade um fórum de compartilhamentos *online*, empreendendo entrevistas com alguns de seus membros, análise dos debates efetuados em seu interior e do conteúdo de audiovisual disponível para *download*. Nas próximas páginas apresentamos alguns dos principais resultados obtidos com nossa pesquisa.

Um modo de assistir e se engajar com o cinema, cinéfilo, um modo de ser

O cinema cresce durante o século XX se afirmando não apenas como uma forma de arte, mas também como uma indústria que movimenta bilhões de dólares. A relação entre espectador e filme foi durante muito tempo, antes de qualquer coisa uma relação comercial, na qual qualquer pessoa na compra de um ingresso obtinha o direito de assistir a uma sessão de cinema. No entanto, esta relação de consumo nunca foi apenas comercial. O consumo cultural descrito como “o conjunto da apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e troca ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica” por Néstor García Canclini (2006, p. 42) nos oferece um entendimento mais claro do papel atual do consumo. Esta definição também pode ser usada para nos auxiliar na compreensão de como as práticas da assistência cinéfila atuam na configuração de um modo de ser cinéfilo.

A cinefilia firmou-se como um interesse especial por cinema. Seus autodeclarados adeptos mantêm uma relação com o objeto fílmico que transcende a simples apreciação. O que justamente os separa dos demais espectadores de cinema são suas práticas de consumo. Para o cinéfilo, a sua relação com o cinema não se encerra com o fim da sessão, ela se estende nas conversas com seus pares, na redação de críticas ou comentários e na produção de homenagens aos seus ídolos, entre outras formas de estender a experiência da sala escura. Nesse sentido, a cinefilia se constitui um modo de ser distinto do consumidor/espectador comum.



Ismail Xavier (2007, p.21) compreende a cinefilia como um modo de ser que insere o espectador em um “quadro mais amplo de interrogações sobre a experiência”. Para o autor, o cinema é usado para se “recuperar o contato com o mundo, de reconectar com a natureza e com o que a alienação moderna [...] estaria sonhando à humanidade” (XAVIER, 2007, p. 29). Antoine de Baecque (2010) acrescenta que a experiência da cinefilia se afeta por tudo que é de carácter cinematográfico e inclui críticas, revistas, cineastas, festivais e inclusive outros espectadores. O pesquisador também ressalta que se deve voltar para o além-tela que é onde a experiência se materializa, lá é onde “o cinema exige que se fale dele. As palavras que o nomeiam, os relatos que o narram, as discussões que o fazem reviver – tudo isso modela sua existência real” (DE BAECQUE, 2010, p. 32).

Acreditamos que outra definição também se mostra fundamental para apreendermos as ambições das práticas cinéfilas. Para Laurent Jullier e Jean-Marc Leveratto (2012), o significado elementar do termo cinefilia – o amor pelo cinema – explica as motivações desses espectadores. Desse modo,

O amor pelo cinema, igual ao amor em geral, é inseparável de suas provas de amor. O cinéfilo não é simplesmente alguém que vai ao cinema; é uma pessoa que ama particularmente o cinema, que defende o cinema que ama e, desta maneira, nos demonstra que devolve ao cine o amor que este lhe deu (JULLIER; LEVERATTO, 2012, p. 17-18, tradução livre).

Em nossa pesquisa identificamos que a cinefilia se traduz historicamente em três principais modos de ser cinéfilo, que são eles, o fã, o crítico e o cineclubista. Se a cinefilia se expressa em provas de amor, estas são realizadas em grande parte pelo fã. Antes mesmo dos primeiros ensaios críticos, os fãs já consumiam, em grandes quantidades, todo tipo de informações relativas aos filmes, mas também aos astros e estrelas das telas. As revistas especializadas estavam entre as principais fontes de informação e, em seu conteúdo, elas não se restringiam a comentar sobre os filmes, mas também falavam sobre detalhes das vidas pessoais dos atores e atrizes que protagonizavam os lançamentos da época. Assim, o culto às estrelas se firma como um primeiro movimento do cinema para fora das telas. Como afirmam Jullier e Leveratto (2012, p. 61, tradução livre), em uma analogia com a popularização dos pintores na Florença renascentista, “o fato de o artista ter importância para os outros, e não apenas para ele, reforça o prazer que o espectador-comprador pode sentir pelo quadro para justificar o seu preço”.

A demonstração de apreço pelos grandes nomes do cinema não se caracterizou como a única maneira de o fã cinéfilo demonstrar seu conhecimento cinematográfico, seu consumo inclui, por vezes, tudo relativo às obras cinematográficas, livros, brinquedos colecionáveis, recriações em outros



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

formatos. Como afirma Matt Hills (2002), o fã tem suas práticas imersas em contradições, ao passo em que muitas de suas atividades são exercidas de maneira não comercial, para o mercado eles são fãs altamente especializados. Assim, “enquanto simultaneamente *resistem* às normas da sociedade capitalista e a sua rápida rotatividade de novas *commodities*, os fãs também estão implicados nestes processos fortemente econômicos e culturais” (HILLS, 2002, p. 29, tradução livre, grifos no original). No entanto, em muitos momentos essa cinefilia é expressada no cotidiano, na conversa informal, quando o fã pode exibir seu conhecimento sobre as obras e gêneros apreciados por ele.

O crítico cinéfilo é certamente a face mais reconhecida da cinefilia. A crítica cinematográfica se constituiu ao longo do século XX como um dos mais importantes espaços de reflexão, não somente sobre o cinema, mas sobre o seu tempo. São notórios os textos que pensam sobre as pessoas e sua relação com o mundo tendo como pano de fundo a obra analisada. Desta forma, o crítico leva sua contribuição para além do cinema, sem deixar de lado que o que lhe move é o seu amor pelo cinema e o que o cerca.

Essa crítica cinematográfica que reflete não apenas sobre o cinema, tem sua intensificação a partir dos anos de 1950 com o lançamento de publicações como a francesa *Cahiers du Cinéma*, o surgimento das cinematecas e a afirmação dos cineclubes. A densidade dos textos surgidos a partir deste momento passa a influenciar, de maneira até então sem precedentes, mais intensamente as próprias produções cinematográficas. Em diferentes países surgem movimentos inovadores de cinema calcados sobretudo nas reflexões críticas publicadas pelos próprios realizadores dos primeiros filmes destes movimentos, como os exemplos do francês François Truffaut na *Nouvelle Vague* e Glauber Rocha e o Cinema Novo brasileiro. Decididamente, deste momento em diante, a crítica torna-se um dos principais referenciais para se assistir a um filme, a experiência não se encerra mais na sala escura para muitos dos espectadores, é preciso conhecer a opinião dos críticos preferidos sobre determinada obra. A obra já não se encerra em si mesma, ele se completa com textos diversos que ajudam a pensá-la.

Os cineclubistas são cinéfilos que têm a sociabilidade e o encontro entre pares como principal pressuposto na reprodução de suas práticas. No geral, este grupo de aficionados encontra-se para exibir filmes com o propósito de debatê-los após a exibição. Ao longo do século XX, os cineclubes se tornam alguns dos principais espaços para se pensar a estética cinematográfica e as práticas sociais relacionadas ao objeto fílmico. As contribuições destes agrupamentos de cinéfilos englobam também



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

a formação das cinematecas, espaços que por todo o mundo têm servido para celebrar a memória cinematográfica e apresentar para as novas gerações relevantes obras do passado. As práticas cineclubistas, assim como aquelas realizadas por outros e, por vezes complementares, modos de ser cinéfilos, demonstraram-se influentes na formação de novas formas de manifestação e representação cinéfilas comuns em nossos dias.

Cibercinefilia, manifestações cinéfilas na internet

A chegada e a intensificação do uso de novos meios de comunicação, como a internet, a partir do final do século XX, propicia o despertar de uma nova cinefilia, que se manifesta sobretudo no ambiente *online*. Para Jonathan Rosenbaum (2010), esta outra cinefilia não prescinde mais da sala escura para existir, pois “se hoje as pessoas assistem mais filmes em telas de televisão do que no interior de cinemas, pode-se ver porque este modelo de distribuição já soa como uma deturpação – talvez até um resquício nostálgico do passado” (ROSENBAUM, 2010, p.4, tradução livre). Apesar da afirmação do autor, o número de salas de cinema voltou a expandir, assim como o lucro proveniente das bilheterias. No entanto, Rosenbaum está correto ao afirmar que a cinefilia se expandiu para nova telas.

Aos menos desde meados dos anos de 1980 o espectador já estava se habituando a escolher e assistir alguns de seus filmes preferidos em suas telas de televisão. O videocassete tem uma participação importante nas transformações dos hábitos de consumo do espectador cinematográfico. Pela primeira vez o cinéfilo tinha a possibilidade de selecionar o que gostaria de assistir podendo decidir entre as centenas de títulos disponíveis na videolocadora de sua preferência. A experiência imersiva da sala escura obviamente tem suas vantagens em relação aos demais meios, entretanto, as gerações contemporâneas de cinéfilos têm reproduzido seu apreço pelo cinema em diversas telas, analógicas ou digitais. A predominância técnica/estética de cada dispositivo tecnológico faz parte da fruição e, ao nosso ver, não tem sido um empecilho para o cinéfilo. A cinefilia contemporânea se reveste com mais força e importância. No presente, o cinéfilo possui novos meios de manifestar-se, novos meios para demonstrar sua admiração pelo cinema, novas telas para expandir seu conhecimento e novas maneiras de externar sua paixão.

A cibercinefilia surge com a apropriação dos cinéfilos pelas possibilidades de sociabilidade e produtividade propiciadas pela internet. Aqui a tênue linha que separa os modos de ser cinéfilo aparece ainda mais borrada. A mirada de uma obra cinematográfica, por vezes, ocorre junto a uma pesquisa sobre o filme e a publicação de comentários sobre o mesmo em redes sociais especializadas em cinema.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A cibercinefilia tem práticas próprias e também contribuiu no incremento da produção de rotinas anteriores à popularização da rede mundial de computadores como a análise crítica.

Como acontece com a cinefilia regular, as primeiras manifestações da cibercinefilia ocorrem por ação dos fãs de astros e estrelas. Se aqueles tinham na troca de cartas mediadas por revistas especializadas (JULLIER; LEVERATTO, 2012) sua principal forma de externar sua admiração e de exercer alguma sociabilidade em torno do cinema, o cinéfilo *online* usa as redes sociais digitais e as plataformas de desenvolvimento de *sites* para demonstrar o seu amor pelas estrelas cinematográficas, gêneros, ficções seriadas, clássicos do cinema, ou seja, toda sorte de assuntos relacionados ao cinema.

Durante o alvorecer da internet comercial, no início dos anos de 1990, junto à popularização da rede surgem os primeiros *fansites*, espaços de celebração e homenagem a artistas consagrados nas telas geridos por fãs individuais ou por fã-clubes, que durante alguns anos foram as principais fontes de referência desses artistas na rede. Estes espaços *online*, não raro, possuíam mais informações que as páginas oficiais das estrelas do cinema. Seu conteúdo exibia, em sua maioria, informações obtidas na grande mídia de forma consolidada. Na atualidade, estes espaços de celebração das estrelas do cinema migraram para redes sociais como o Facebook, nesta rede as *fanpages* por vezes atraem mais *curtidas* do que as páginas oficiais dos artistas.

Outras redes sociais digitais como o Twitter e o Tumblr também são redutos da celebração do cinema. Em nossa pesquisa destacamos alguns espaços que têm contribuído para a memória de períodos, gêneros e realizadores do cinema mudo. Perfis como o *Nitrate Diva*³, e outros dedicados a atores/cineastas como Harold Lloyd e Buster Keaton reúnem milhares de seguidores. Em pesquisa sobre a relação do espectador de cinema com as estrelas, Richard Dyer (1998) cita uma tipologia criada por Andrew Tudor pela qual ele buscava classificar este vínculo. São quatro as categorias: afinidade emocional; identificação pessoal, o fã se coloca no lugar da estrela; imitação; e projeção, a estrela não serve apenas como modelo para imitação, o fã sente-se a própria estrela. Estas tipologias são facilmente identificáveis na internet. É comum, por exemplo, que jovens fãs utilizem os sobrenomes de astros e estrelas para assinar suas manifestações na rede.

Uma das grandes contribuições da cibercinefilia foi a consolidação de bancos de dados *online* sobre cinema. Por anos as informações sobre cinema estiveram restritas a coleções pessoais e aos arquivos de instituições como cinematecas e bibliotecas. Estas preciosas informações para os cinéfilos

³ Disponível em: <https://twitter.com/nitratediva>. Acesso em 20/04/2018.



ficavam restritas a espaços físicos e suas limitações espaço-temporais. Criada como uma iniciativa cinéfila, o IMDb (Internet Movie Database)⁴ é hoje uma plataforma bilionária. Com milhões de páginas dedicadas a apresentar dados diversos sobre filmes, atores, atrizes e equipes de filmagem. Este colossal acervo tornou-se uma importante fonte de pesquisa e promoção do cinema. Em suas páginas, a navegação cinéfila pelo conteúdo mostra-se infindável, a diversidade de conexões possíveis durante a navegação pelas páginas do IMDb revela-se uma das experiências mais atrativas da cibercinefilia. Entretanto, apesar conteúdo de diversos países, o conteúdo da plataforma dedica-se prioritariamente ao cinema produzido nos Estados Unidos.

Algumas instituições ao redor do mundo, como cinematecas, entidades filantrópicas, agências comerciais, também disponibilizam bancos de dados digitais com o objetivo de celebrar e promover a memória dos cinemas de seus países. Entre estes destacamos em nossa pesquisa páginas como a mantida pelo British Film Institute⁵ no Reino Unido, o francês Unifrance⁶, e o repositório e banco de dados criado e mantido pela Cinemateca Brasileira⁷. No espaço nacional é possível encontrar, além das informações técnicas de milhares de produções brasileiras, acesso ao acervo digitalizado integral das revistas *Cinearte* e a *A Cena Muda*, assim como do jornal *O Fan*, pioneiro periódico publicado por um cineclubista brasileiro.

Estes, no entanto, não são os únicos bancos de dados de destaque na internet, espaços colaborativos mantidos por fãs também são comuns na rede. Um dos maiores, dedicado exclusivamente ao universo de *Star Wars*, o Wookieepedia⁸ possui mais de 133 mil páginas dedicadas a série de filmes e derivados. Também merecem menção projetos como o Women Film Pioneers Project (WFPP)⁹, que busca conferir visibilidade as primeiras mulheres do cinema e o African-film Database¹⁰, que busca reunir dados sobre as produções africanas. Ambos possuem caráter colaborativo, mas foram criados e são mantidos por universidades. A atuação cinéfila na consolidação dos bancos de dados sobre cinema na internet caracteriza-se muito mais intensa do que uma descompromissada navegação por suas páginas. Ao participar da criação e atualização destes espaços, o cinéfilo *online* contribui com o resgate

⁴ <https://www.imdb.com/>.

⁵ <http://www.bfi.org.uk/>.

⁶ <http://www.unifrance.org/>.

⁷ <http://cinemateca.gov.br/>.

⁸ http://starwars.wikia.com/wiki/Main_Page.

⁹ <https://wfpp.cdrs.columbia.edu>.

¹⁰ <http://africa-archive.com>.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

da memória de criadores importantes da história do cinema, como também ajuda a promover a visibilidade de determinadas cinematografias.

Por décadas, a análise crítica de cinema se fazia pública somente em revistas cinematográficas e cadernos de culturas de grandes jornais. Eventualmente, alguns cinéfilos tinham a oportunidade de publicar suas opiniões em *fanzines* especializados para um público restrito. Aliado da participação nestes espaços, grande parte dos cinéfilos possuía uma relação de amor e ódio com os críticos de renome e ansiavam por conquistar alguma visibilidade para seus textos. No início dos anos 2000 surge a oportunidade desejada por parte da cinéfila, os *blogs* demonstram ser uma ferramenta muito útil para que eles possam externar suas opiniões.

Logo os *blogs* afirmaram-se como um espaço tanto para os chamados críticos profissionais quanto para os amadores. Os primeiros, além de seus espaços em publicações físicas, passam a manter ambientes *online* para comentarem de maneiras diversas sobre os filmes que eventualmente não conseguiam discutir em seus espaços na imprensa. Já os cinéfilos encontram, enfim, um meio de retirar de cadernos de anotações seus textos para os colocar sob o jugo de seus pares em páginas de livre acesso na internet. Entretanto, estes não foram os primeiros espaços que propiciaram a emergência de novos meios de circulação de críticas aprofundadas longe dos locais tradicionais de veiculação.

Em setembro de 1998, é publicada na internet a primeira edição da revista *Contracampo*¹¹. Sem numeração e periodicidade definida, a revista propõe desde o primeiro número realizar uma crítica aprofundada sobre a produção cinematográfica. O desejo de seus editores e críticos é produzir uma nova maneira de pensar sobre cinema. Um meio de comunicação como a internet, sem limites de espaço para a produção textual, demonstrou ser o ambiente ideal para a reflexão crítica. No espaço da *Contracampo* e também na posterior, e ainda ativa, *Cinética*¹², passou-se a refletir também sobre a própria crítica cinematográfica e sua contribuição para o cinema e para sociedade.

Em 2016, em texto publicado pelos então editores da revista, Fábio Andrade e Raul Arthuso, comenta-se sobre as possibilidades da crítica *online* e suas vantagens em relação àquela produzida anteriormente ao surgimento da internet. Para Andrade e Arthuso, a possibilidade contemporânea de se assistir a obras de diferentes épocas cria uma nova temporalidade para o crítico. A partir deste momento, o crítico não precisa mais se ater as exigências do mercado e seus constantes lançamentos.

¹¹ <http://www.contracampo.com.br>.

¹² <http://revistacinetica.com.br/nova/>



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Na atualidade, ele está livre para seguir suas contingências e seus desejos de escrever sobre determinada obra.

Um outro relevante recurso para a crítica também surgiu e se popularizou na internet, são os indexadores de críticas. As plataformas mais conhecidas são o Rotten Tomatoes¹³ e o Metacritic¹⁴. Estes *sites* aglutinam as produções de críticos ao redor do mundo com a proposta de gerar uma nota média para cada filme, com o objetivo de ordená-las em um sistema de classificação. Apesar de utilizar em seu indexador somente análises de críticos profissionais, ambas as plataformas conferem espaço para que espectadores comuns opinem ou deem suas notas para as produções cinematográficas. Contudo, a seleção de críticos é restrita sendo constituída em sua grande maioria por homens estadunidenses. Como uma resposta parcial a este problema, foi lançada no início de 2018 uma nova plataforma, o Cherry Picks¹⁵, que pretende agregar críticas produzidas somente por mulheres. A proposta das autoras do projeto é oferecer opiniões não apenas sobre cinema, mas também sobre música e televisão pela visão feminina.

Outro ambiente que se consolidou como um espaço para a produção de análises críticas e comentários sobre cinema são as redes sociais digitais especializadas. A mais popular no país é a rede brasileira Filmow¹⁶ fundada em 2009. A rede é visitada mais 200 mil vezes por mês e caracterizou-se por ser um espaço aberto para qualquer tipo de comentário sobre filmes. Os usuários da plataforma além de realizarem pequenas análises críticas nas caixas de comentários nas páginas dos filmes, também classificam as obras e opinam sobre as impressões alheias, transformando a seção de comentários em um espaço de debate.

Outra rede que se destaca é a Letterboxd¹⁷, com uma proposta similar ao Filmow e criada alguns anos depois, a plataforma internacional têm se tornado o espaço preferido para os cinéfilos organizarem suas experiências cinematográficas. No Letterboxd é possível criar um diário para identificar os filmes vistos, redigir comentários ou análises críticas, organizá-los em listas temáticas e debater com outros cinéfilos as obras vistas. A frequente atividade de seus usuários, aliada ao grande número de análises especializadas, têm tornado esta rede atrativa para os cinéfilos. O MUBI¹⁸ é um *site* misto, que mescla

¹³ <https://www.rottentomatoes.com>.

¹⁴ <http://www.metacritic.com>.

¹⁵ <https://www.cherrypicksreviews.com>.

¹⁶ <https://filmow.com/>.

¹⁷ <https://letterboxd.com/>.

¹⁸ <https://mubi.com>.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

um serviço de vídeo sob demanda por assinatura (em inglês: *Subscription Video On Demand – SVOD*), com uma rede social similar ao Letterboxd, no entanto com menos recursos. Seu serviço de vídeo é pioneiro na rede por ofertar um conteúdo “escolhido a dedo” como anunciam. A MUBI descreve da seguinte maneira os filmes que oferta: “filmes *cult*, clássicos, independentes e vencedores de prêmios”. É esta característica que o destaca de muitos outros serviços de SVOD e o torna atraente ao público cinéfilo.

Ao se apropriar da internet, o amante de cinema pôde expandir suas práticas de consumo. As limitações espaço-temporais impostas pelos meios técnicos deixaram, em muitos casos, de serem uma barreira no desenvolvimento de uma cinefilia. O espectador contemporâneo faz uso do ambiente *online* para pesquisar, assistir filmes, exercitar suas análises críticas e socializar com seus pares. No entanto, uma nova prática alterou definitivamente o acesso às obras cinematográficas pelo cinéfilo que foi o compartilhamento de filmes.

Livre compartilhamento e incremento do acesso, profanações da cibercinefilia

A livre troca de arquivos na internet torna-se comum na virada do século XX para o XXI, o fã de música passou a recorrer a *softwares* como o Napster para compartilhar e acessar músicas em formato digital. Esta atividade provocou uma grande perturbação e provocou profundas mudanças na indústria fonográfica deste período em diante. Usuários de programas de compartilhamento foram perseguidos e processados, a troca de arquivos foi criminalizada, apesar de grande parte dos jovens daquela época acreditarem que a prática não era moralmente errada (CASTRO, 2001; 2007).

Com o passar dos anos a indústria fonográfica, assim como a cinematográfica, que também passou por percalços devido à venda no mercado informal de cópias de seus produtos, teve que encontrar novos meios de distribuição. Na atualidade, ambas encontraram no *streaming* um meio de comercializar suas produções. Esta tecnologia surge com a maior velocidade de transferência possibilitada pela banda larga, ela possibilita assistir vídeos ou ouvir música durante a transferência do arquivo. David Hesmondhalgh já alertava em 2007 sobre a ideia, um tanto ingênua, de democratização cultural. O autor acredita que a internet apenas complementa as demais formas de acesso a produções culturais.

Hesmondhalgh compreende que a diversa gama de produções realizadas em pequena escala na internet produz perturbações, “essas muitas formas de subversão, insubordinação e ceticismo não anulam as enormes concentrações de poder nas indústrias culturais” (HESMONDHALGH, 2007, p.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

261). Mirko Tobias Schäfer (2011) divide a relação entre produtores de conteúdo e as indústrias culturais em três etapas: confrontação, implementação e integração. Esta última fase ilustra o relacionamento atual entre as partes. Hoje, o fã atua muitas vezes de forma gratuita para alguns serviços como o Netflix e Spotify, seja apenas assistindo filmes ou ouvindo música e, desta forma, enviando dados para empresas, ou montando listas de músicas e compartilhando com os demais usuários da plataforma. Para muitos autores (CASTRO, 2012; ANDREJEVIC, 2008; dentre outros), esta é uma forma de trabalho não remunerado que expõe a relação desigual vivida entre público e provedores de conteúdo.

Como aponta o diagnóstico dos autores, de fato as indústrias cinematográfica e fonográfica ainda possuem a concentração do poder na produção e distribuição de bens culturais. Contudo, a *web* está repleta de exemplos de produções e plataformas colaborativas que evidenciam a possibilidade de circulação de conteúdos diversificados que seria inviável antes da criação da internet. O livre compartilhamento de filmes tem demonstrado ser uma das principais atividades deste tipo. Em nossa pesquisa analisamos um fórum de compartilhamentos de filmes, o qual chamamos de *Comunidade Brasileira de Cinéfilos* (CBC). Este não é o nome real do fórum. O nome foi omitido do trabalho por um compromisso firmado com membros que colaboraram com esse estudo. Como afirmamos, “embora, a nosso ver, as atividades do grupo se configurem como uma importante contribuição para o desenvolvimento do cinema brasileiro, o compartilhamento de conteúdo submetido a leis de propriedade intelectual é legalmente combatido” (OFEMANN, 2017, p. 73).

O fórum possui mais de dez anos de existência e neste período seus membros criaram dezenas de milhares de tópicos que por sua vez abarcaram centenas de milhares de respostas demonstrando que aquele é um espaço prolífico da cibercinefilia brasileira. O CBC dedica-se principalmente a compartilhar filmes, o fórum possui mais de 22 mil tópicos únicos dedicados a compartilhar filmes e em menor número séries, estas geralmente, quando compartilhadas, tratam de cinema ou artes em geral. No entanto, este não é o único propósito do fórum que também compartilha milhares de publicações diversas como revistas internacionais, livros e pesquisas sobre cinema. Além disso, há a existência de espaços dedicados apenas à livre troca de ideias entre seus membros.

O que o diferencia de muitos outros *sites* que também compartilham filmes na internet é o seu conteúdo, conforme definem na seção de regras do fórum seu objetivo é “compartilhar filmes raros, antigos, alternativos, fora do circuito comercial e documentários relevantes” (Fórum CBC). Para criar



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

as delimitações do que pode ser publicado, seus usuários fazem uso de um aspecto subjetivo de gosto para, desta maneira, delimitar o que pode ser compartilhado. Esse “bom gosto” comum é normatizado nas regras dos fóruns e em muitas conversas entre seus integrantes. É justamente a delimitação de conteúdo que o credencia como um espaço cinéfilo. No entanto, podemos ressaltar que o viés elitista do fórum não o desqualifica. Ao proporem um outro caminho a seguir, diverso daquele massivamente encontrado na internet, o CBC contraditoriamente celebra a diversidade. Em suas páginas pode-se encontrar filmes de todo o mundo e de épocas diversas que dificilmente se encontrariam nas grades televisivas ou programações de cinemas.

A maior contribuição do fórum é sem dúvida o compartilhamento de filmes. Devido ao interesse dos usuários em compartilharem filmes de pouco apelo comercial, a plataforma contribui para retirar da obscuridade obras de relevância histórica para o cinéfilo. O cinema nacional também se beneficia de alguma forma das contribuições do fórum. Se devido à maneira como funciona a distribuição comercial de filmes no Brasil, alguns filmes possuem uma curta carreira nas salas de cinema, no fórum eles ganham uma sobrevida, pois, geralmente, atraem grande interesse dos usuários. A dominação da distribuição do cinema hollywoodiano impingida aos cinemas nacionais, tem tornado o cinema latino-americano uma *minoria cultural* como afirma Néstor García Canclini. Segundo o autor, “a globalização, praticada sob regras neoliberais, acentua a desigualdade preexistente entre países fortes e fracos, desenvolvidos e pobres” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p. 243-244). É também por este motivo que *acesso* é a palavra-chave da cibercinefilia.

O fácil acesso aos filmes disponibilizados no fórum pelos usuários cadastrados oculta o esforço coletivo realizado por seus integrantes para disponibilizar as obras, que costumam realizar vastas pesquisas ou gerar cópias digitais de filmes para encontrar material relevante para compartilhar no espaço. No entanto, a atividade mais trabalhosa é mesmo a de traduzir e legendar as obras. Como regra, qualquer filme disponibilizado no fórum precisa ser legendado em português. Esse trabalho por vezes é realizado sozinho, entretanto, muitas vezes os usuários colaboram entre si para disponibilizar filmes em línguas diversas.

Apesar das notórias contribuições do fórum para possibilitar o acesso a obras por vezes relegadas a obscuridade, o material compartilhado no CBC está sujeito às leis que regulam o direito autoral, fato que coloca a existência do fórum em uma incerteza permanente. Situação que aflige os membros veteranos do fórum que, em diversas conversas em tópicos, demonstraram seu receio com o



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

fim do espaço. Tanto a comercialização informal realizada pelo vendedor ambulante como a troca de arquivos *online* sem retorno financeiro são consideradas pela indústria cinematográfica como pirataria. Entretanto, o público que consome as cópias piratas não é necessariamente o mesmo que frequenta o cinema.

Como avalia Paola Barreto Leblanc (2016), o valor dos ingressos parece o ser o grande impeditivo que permanece mantendo grandes faixas da população distante da sala de cinema. Talvez por este motivo, balanços¹⁹ realizados pela *Motion Pictures Association of America* (MPAA) apontam um crescimento no faturamento de aproximadamente três bilhões de dólares entre 2013 e 2016 e um aumento de 8% no número de salas ao redor do mundo. Baseados nestes dados, espaços de compartilhamento da cibercinefilia, com alguns milhares de usuários ativos não parecem competir com o cinema *blockbuster*.

O aspecto central do compartilhamento de filmes realizados no CBC é a ampliação do acesso a filmes de pouca visibilidade comercial. Uma atividade que confronta a indústria cinematográfica, não apenas por conta dos eventuais impactos financeiros sobre a lucratividade das grandes produtoras, mas porque suas ações constituem uma forma de desobediência econômica, como sugere Leblanc em alusão à desobediência civil proposta por Henry David Thoreau (2016 [1849]) no século XIX. Para o autor, se uma lei promove a injustiça, um cidadão tem o direito de se opor a ela pacificamente. Defensores do livre compartilhamento (MAYA, 2012) compreendem que as leis de direitos autorais são ilegítimas e impedem o acesso ao conhecimento. Nesse sentido, o compartilhamento de filmes assume um caráter de resistência frente ao controle massivo empregado pelas grandes produtoras de cinema do mundo.

A maior parte dos filmes compartilhados no CBC possuiu uma distribuição precária quando exibidos nos cinemas, muitos com curtos períodos de exibição nos cinemas brasileiros, enquanto outros nunca chegaram a ser exibidos em nossas telas. Como afirma Leblanc (2016, p. 61), “a pirataria não se resume à ruína ou dilapidação do patrimônio de um autor, podendo ser assumida como uma forma de difusão e democratização do acesso a bens culturais”. É neste sentido em que o fórum assume um importante papel de promover acesso a obras cinematográficas que sem o trabalho de seus integrantes teriam poucas oportunidades de serem vistas no país. A popularidade deste tipo de espaço demonstra que a cibercinefilia se firma por meio da cultura participativa, uma maneira de consumir e se comunicar que pressupõe o trabalho colaborativo objetivando o bem de todo o grupo.

¹⁹ Estes relatórios podem ser encontrados em: <http://www.mpa.org/research-and-reports/>



Considerações finais

A cinefilia *online*, aqui denominada cibercinefilia, constitui-se como uma importante maneira de se relacionar com o cinema na atualidade. Suas práticas de consumo revelam-se ainda mais potentes que a cinefilia do século XX, por possibilitarem a mais pessoas a participação em atividades até então restritas, nos grandes espaços de circulação, a especialistas. Além disso, atividades novas, como o compartilhamento de cópias digitais pela internet, têm demonstrado sua importância na ampliação do acesso a toda a diversidade que o cinema dispõe. Digitalizar, legendar e compartilhar filmes tornaram-se atividades corriqueiras para muitos grupos de cinéfilos e propiciam o exercício de suas atividades com mais facilidade.

A cinefilia permaneceu por décadas como uma prática restrita a certos agrupamentos sociais que por determinantes econômicas, geográficas ou educacionais possuíam acesso a certas categorias de filmes de baixa disponibilidade para o espectador comum. Isto ocorre, em grande parte, por conta das características monopólicas de produção e distribuição impostas pelas grandes corporações cinematográficas. Walter Benjamin²⁰ entendia o capitalismo como religião. A partir desta noção Giorgio Agamben (2007) propõe que para retirar o capitalismo de seu altar é preciso profaná-lo. O autor afirma, (op. cit., p. 68) “a profanação implica, por sua vez, uma neutralização daquilo que profana. Depois de ter sido profanado, o que estava indisponível separado perde a sua aura e acaba restituído ao uso”. Se por algumas décadas algumas obras e artistas permaneceram inalcançáveis para certos públicos, a profanação provocada pelo livre compartilhamento restitui estes filmes aos espectadores e contribui para que o acesso a toda amplitude da diversidade cinematográfica se configure como a principal marca da cibercinefilia.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

ANDREJEVIC, Mark. Watching television without pity: The productivity of online fans. **Television & New Media**, v. 9, n. 1, 2008, p. 24-46.

CASTRO, Gisela G. S. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 14, n. 2, 2012, p. 133-140.

²⁰ BENJAMIN, Walter. O capitalismo como religião. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015 [1921].



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

_____. Não é propriamente um crime: considerações sobre pirataria e consumo de música digital. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 4, n. 10, 2007, p. 73-87.

_____. O caso Napster: ou de como um dropout deu a volta por cima e abalou. **Logos**, v. 8, n. 2, 2001.

DE BAECQUE, Antoine de. **Cinefilia**: invenção de um olhar, história de uma cultura, 1944-1968. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

DYER, Richard. **Stars**. Londres: British Film Institute, 1998.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

_____. El consumo cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, Guillermo. **El consumo cultural en América Latina**: construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006.

HESMONDHALGH, David. **The cultural industries**. Londres: Sage, 2007.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. Abingdon: Routledge, 2002.

JULLIER, Laurent; LEVERATTO, Jean-Marc. **Cinéfilos y cinefilias**. Buenos Aires: La marca, 2012.

LEBLANC, Paola Barreto. Cinema é cachoeira, stream e torrent. In: SOBRINHO, Gilberto Alexandre. **Cinemas em redes**: tecnologia, estética e política na era digital. Campinas: Papyrus, 2016.

MAYA, Tadzia. Semente e comunidades copyleft. In: BELISÁRIO, Adriano; TARIN, Bruno. **Copyfight**: pirataria e cultura livre. Rio de Janeiro: Azougue, 2012.

OFEMANN, Rafael J. O. **Cultura participativa na cibercinefilia**: produção e consumo cinéfilo na internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing. 2017. 113f.

ROSENBAUM, Jonathan. **Goodbye cinema, hello cinephilia**: film culture in transition. Chicago: The University of Chicago Press, 2010.

SCHÄFER, Mirko Tobias. **Bastard culture!**: how user participation transforms cultural production. Amsterdã: Amsterdam University Press, 2011.

THOREAU, Henry David. **A desobediência civil**. Porto Alegre: L&PM, 2016.

XAVIER, Ismail. Maquinações do olhar: a cinefilia como “ver além”, na imanência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; ARAÚJO, Denise Correa e BRUNO, Fernanda (Orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2007, p. 21-45.