

## Crítica de Cinema e Novas Práticas Midiáticas: A Construção do “Resenhador” na Cultura do Faça Você Mesmo<sup>1</sup>

Lincoln Ferdinand<sup>2</sup>

Jitana Cardins<sup>3</sup>

Marcos Nicolau<sup>4</sup>

Universidade Federal da Paraíba – UFPB

### Resumo

A crítica cinematográfica sempre ocupou um papel relevante nas mídias tradicionais, mas perdeu um pouco do seu espaço para uma nova prática midiática adotada pelo “resenhador”: fãs e anônimos que habitam os blogs, redes sociais e sites diversos, falando das suas impressões, gostos e opiniões sobre os filmes de seu agrado. Trata-se da reconfiguração de uma prática midiática que surge no contexto da cultura do faça você mesmo, instituída por um *modus faciendi*, uma expressão da subjetividade liberada pela cibercultura. Como se constrói e quais as implicações dessa nova prática midiática evidenciada pela figura do “resenhador” é a proposta do presente artigo.

### Palavras-chave

Crítica de cinema; Cibercultura; Faça Você Mesmo; *Modus Faciendi*; Resenhador.

### Introdução

A internet não é apenas um lugar de interconexão de computadores que permitem que as pessoas estejam interligadas para compartilhar informações. Mais do que isso, é um ambiente de interconexão da inteligência humana, no qual os internautas podem criar, produzir e expressar suas ideias a partir de suas próprias experiências midiáticas.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no Eixo temático 2 – “Jornalismo, Mídia livre e Arquiteturas da Informação” do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup> Graduado em Direito pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Aluno especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas GMID/PPGC/UFPB. Email: [lincolnferdinand@gmail.com](mailto:lincolnferdinand@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas GMID/PPGC/UFPB. Email: [jitana\\_cardins@hotmail.com](mailto:jitana_cardins@hotmail.com)

<sup>4</sup> Pós-doutor em comunicação pela UFRJ. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas – Gmid. Email: [marcosnicolau.ufpb@gmail.com](mailto:marcosnicolau.ufpb@gmail.com)

Esse potencial de autonomia comunicacional veio sendo preconizado por diversos estudiosos, a exemplo de Manuel Castells (2003), ao afirmar que, se a nossa prática é baseada na comunicação e a internet modifica a maneira como nos comunicamos, então, nossas experiências de vida são influenciadas por essa tecnologia da comunicação. O autor ainda vai mais além ao dizer que, quando utilizamos essa tecnologia de variadas formas, acabamos por transformar a própria internet.

Com base em nosso conhecimento empírico, começamos a perceber a instauração da prática do faça você mesmo na internet, cuja essência é um desdobramento do movimento punk, nos anos 1970, nos Estados Unidos e Inglaterra e sua vertente do cyberpunk. Segundo o princípio do faça você mesmo, no contexto do ciberespaço podemos criar, pensar, fazer o que quisermos por nós mesmos. Esse pensamento tem se instalado nos dias de hoje e se manifestado mais fortemente na internet.

Percebemos, então, a possibilidade do início de um novo fenômeno comunicacional. A manifestação desse fenômeno comunicacional é perceptível no âmbito de diversas áreas da internet, dentre elas, na criação da crítica de cinema, nosso objeto de estudo principal neste artigo.

A crítica cinematográfica teve seus primórdios no jornalismo impresso em meados do século XX e hoje demonstra uma transformação em sua estrutura e também no perfil de seu autor, tornando-se mais livre e distinta da resenha crítica tradicional e padronizada veiculada nos jornais e revistas.

A reconfiguração da crítica de cinema acontece com forte influência da cultura do faça você mesmo na internet que dá espaço para que qualquer pessoa, independente de qualificação, possa criar conteúdo para a rede. Sendo assim, percebe-se o aparecimento de um “novo” crítico de cinema, o “resenhador”. Aquele com diversas características diferentes do colunista de cinema e que organiza seu espaço virtual, se apropriando das inúmeras ferramentas tecnológicas que o ciberespaço lhe oferece. Optamos pelo termo “resenhador” por acreditarmos se portar com mais coerência diante da nova prática que se desdobrou da crítica cinematográfica.

A ação do crítico de cinema era desenvolvida a partir de um *modus operandi* da indústria cultural, cuja tradição midiática envolvia uma atividade previamente demarcada pelos princípios mercadológicos do universo jornalístico e cinematográfico.

O crítico tinha autonomia para fazer sua avaliação, mas delimitado pela representação de sua figura junto ao público leitor dos jornais e revistas, notadamente. Seus escritos atrelavam-se aos critérios devidamente estabelecidos pelas diretrizes que premiavam os filmes: melhor ator, melhor atriz, fotografia, direção etc.

O “resenhador” surge com uma prática midiática inteiramente aberta e baseada nos aspectos subjetivos de sua avaliação. Ele constrói um modo pessoal de fazer crítica, baseado na cultura do faça você mesmo: um *modus faciendi*, cuja performance tem outras perspectivas em mente, para além dos padrões hollywoodianos. Suas impressões pessoais e seus gostos fazem parte de um universo comum movido por um desejo latente do coletivo em dar voz ao individual, ao intrinsecamente pessoal.

Levando isso em consideração, uma das propostas do presente trabalho é traçar as características do chamado “resenhador” de cinema, o crítico amador de blogs, e identificar como se constrói sua prática dentro do contexto da cibercultura, tentando deixar claro o que a distingue da crítica clássica. Para se chegar até aí, busca-se analisar como a cultura do faça você mesmo se mostrou importante para que as pessoas se sentissem hábeis e aptas a escrever sobre cinema sem terem nenhuma qualificação na área ou, muito menos, serem jornalistas. Entretanto, antes de qualquer explanação, é necessária uma contextualização dos tempos em que a sociedade contemporânea vive e de como a cibercultura transforma as pessoas, seus hábitos e suas práticas sociais.

## **A cibercultura e suas propriedades**

A partir da necessidade de se fazer conhecido e de conhecer, o ser humano busca e cria novas formas de se comunicar. Foi assim com o surgimento da oralidade, da escrita, dos meios de comunicação, como a televisão, o rádio, os jornais impressos e as revistas. Contudo, em toda a história, nunca se viu um processo de comunicação tão amplo, complexo, acessível e presente no cotidiano das sociedades como nos dias de hoje, com a presença da internet.

Entre as décadas de 1960 e 1990 aconteceu o surgimento, a evolução e a disseminação da internet no mundo inteiro. Por volta dos anos 1980 e início dos anos 1990 surgiu a rede de interligação de sites conhecida como *World Wide Web* (WWW),

criada por Tim Berners-Lee, viabilizando a transmissão de som, imagens e vídeos pela rede. É ela que permite a navegação por páginas de informação através de *links*.

As tecnologias foram se desenvolvendo e com elas a internet proporcionou um novo processo de interações entre as pessoas no mundo inteiro. Os computadores evoluíram, assim como os celulares, que se transformaram em *smartphones* (celulares inteligentes), os tablets encontraram seu espaço, e não param de surgir inovações tecnológicas, que trazem consigo novos hábitos de vida para o homem moderno.

Desta feita, está sendo criada uma outra cultura, definida como cibercultura, que é, de acordo com Lévy (2010, p. 17), “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos, de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o ciberespaço” (LÉVY, 2010, p. 17). “Cibercultura” nasceu depois do surgimento do termo ciberespaço, criado em 1984, pelo escritor William Gibson, para descrever, no romance *Neuromancer*, o mundo futurista em que se desenvolvia sua história. Para Lévy (2010, p. 17) ciberespaço é “não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”.

Segundo André Lemos (2008) a cibercultura tem seu início na década de 1950, a partir da informática e da cibernética, começa a se popularizar nos anos 1970 com o surgimento do microcomputador e fica totalmente estabelecida nos anos 1980 e 1990. Na década de 1980 com a informática de massa e na de 1990 com as redes telemáticas, principalmente com o *boom* da internet.

Lévy (2010) estabelece que existem três princípios básicos que orientam o crescimento inicial do ciberespaço, sendo eles a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. O primeiro princípio, da interconexão, fala sobre a necessidade da conexão entre a humanidade, pois é sempre preferível estar conectado a estar isolado. O segundo princípio, da criação de comunidades virtuais, é um desdobramento do primeiro. Já que as comunidades virtuais surgem a partir da reunião de interesses em comum entre pessoas que partilham do mesmo pensamento, elas se tornam um importante instrumento para a expansão do ciberespaço bem como do compartilhamento de informações e das relações virtuais.

O terceiro princípio, da inteligência coletiva, seria a perspectiva espiritual da cibercultura e sua finalidade última. Tomando como base que um “grupo humano

qualquer só se interessa em se constituir como comunidade virtual para aproximar-se do ideal do coletivo inteligente” (LÉVY, 2010, p. 133), o autor defende que talvez o ciberespaço “não seja mais do que o indispensável desvio técnico para atingir a inteligência coletiva” (LÉVY, 2010, p. 133).

Lemos (2005) estabelece as três leis da cibercultura. A primeira delas, a da liberação do polo de emissão, diz que não é mais um polo emissor que envia informação para uma grande quantidade de receptores. Agora todos podem ser emissores e receptores de informação ao mesmo tempo, participando, assim, de um contexto interativo da comunicação. Isso proporciona uma das principais características dessa cultura: a de produzir e distribuir informação sem a necessidade de um mediador.

A segunda lei é o princípio da conectividade, pois, segundo o autor, não basta criar a informação, ela também precisa circular.

A partir do fato de que todos os produtos da era da informação passam por uma reconfiguração da cultura, Lemos (2005) afirma que é essa a terceira lei: reconfiguração de práticas sociais, instituições e modalidades midiáticas, justamente pela razão de que cada um dá a sua parcela para modificar a cultura vigente. Ele diz ainda que essa modificação não é aniquilação nem simples substituição, mas vem organizar e fazer vários formatos midiáticos conviverem, como, por exemplo, o jornal *online* e impresso, espaço urbano e redes, *podcasts* e rádio, TV e web, amigos de bar e de MSN.

Agora, qualquer um pode, ao mesmo tempo em que recebe a mensagem, transmitir sua própria mensagem, seja em forma de texto, áudio, vídeo, imagem ou o que mais quiser ou for possível criar.

Como afirma Clay Shirky (2011), hoje, publicar não é mais algo fora da realidade, nem algo para o qual seja necessária uma moderação ou edição. Temos agora o botão “publicar” à nossa disposição. Segundo este autor “a infraestrutura não pertence aos produtores do conteúdo: ela é acessível a qualquer um que pague para utilizar a rede, independente de como utilize” (SHIRKY, 2011, p. 54).

Com a facilidade de divulgar um pensamento, uma ideia, um conhecimento, ou uma opinião, através das ferramentas que a internet oferece, as pessoas aproveitam as oportunidades e buscam se fazer ouvir, dando chance para o surgimento de um novo pensamento crítico em relação a nossa sociedade. Sendo assim o ciberespaço abre-se

para que os internautas publiquem suas informações e procurem se manter informados, buscando estes conteúdos da maneira que mais lhe convém.

A cada dia que passa o ciberespaço fica mais abrangente e presente no cotidiano das pessoas, modificando as formas tradicionais de construção do conhecimento a partir do conteúdo disponibilizado principalmente nas mídias digitais. É algo vivo e marcante na atualidade e relevante para a comunicação.

É nesse contexto que podemos perceber a instauração do princípio do faça você mesmo no âmbito do virtual, que ao longo dos anos tem se modificado e encontrado uma diversidade maior de áreas de atuação, mas sempre baseada em muita criatividade e compartilhamento de informações. De acordo com Lemos (2005), a cultura eletrônica contemporânea vem herdando as características desse princípio. “‘Remixada’ e atualizada, a cibercultura se apropria, à sua maneira, do lema punk. Agora, a máxima é ‘a informação quer ser livre’, ‘distribua, reutilize, misture conteúdo’, ‘crie, edite e divulgue informações.’” (LEMOS, 2005).

Segundo Shirky (2011), as populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe mero consumo e agora se concentram em produzir e compartilhar. “Enquanto o propósito declarado da mídia é permitir que pessoas comuns consumam produtos criados por profissionais, a proliferação de coisas feitas por amadores pode parecer incompreensível” (SHIRKY, 2011, p. 22). E não apenas isso, agora elas podem, além de compartilhar um material, rotulá-lo, avaliá-lo ou classificá-lo e discuti-lo com outros usuários por todo o mundo.

As escolhas que levam à redução do consumo de televisão são ao mesmo tempo ínfimas e enormes. As escolhas ínfimas são individuais; alguém simplesmente decide passar a hora seguinte falando com os amigos, jogando ou criando algo em vez de apenas assistir. As escolhas enormes são coletivas, um somatório daquelas escolhas ínfimas feitas por milhões de pessoas; o deslocamento cumulativo de toda uma população em direção à participação permite a criação de uma Wikipedia (SHIRKY, 2011, p 16)

Agora, o que está em voga são as grandes oportunidades de compartilhamento oferecidas pelas novas ferramentas que nos são disponíveis. A partir disso, novos padrões de comunicação passam a surgir e temos à nossa disposição as condições para publicar o que quisermos, e a cada dia que passa isso se torna mais intrínseco ao

cotidiano das pessoas. “Nossas ferramentas de mídia social não são uma alternativa para a vida real, são parte dela”. (SHIRKY, 2011, p. 37).

As pessoas não estão mais interessadas em apenas ocupar o tempo livre assistindo televisão. Agora estão interessadas em modos de usos individuais e colaborativos, que lhes dê a oportunidade de criar algo. É aí que enxergamos a atuação da cultura do faça você mesmo no contexto atual. Shirky (2011) também fala a respeito do amador agindo na cibercultura, o que nos conduz a pensar nele como um sujeito extremamente atuante dentro da prática do faça você mesmo.

A partir dessas reflexões traçaremos um apanhado geral acerca do surgimento da cultura do faça você mesmo e de como ela vem se desdobrando nos dias de hoje, se tornando uma forte influência para os usuários da internet que se propõem a produzir crítica cinematográfica nesse contexto.

### **O faça você mesmo manifestado na cibercultura**

A cultura do faça você mesmo surge no contexto da contracultura do movimento punk. A data e o local do nascimento do movimento é discutível. Há quem diga que foi originado nos Estados Unidos, no final dos anos 1960, e início dos anos 1970, bem como quem diga que os punks nasceram na Inglaterra, na metade dos anos 1970. Segundo O’Hara (2005) qualquer um pode receber as honras.

O mote principal do movimento era a prática do faça você mesmo (Do It Yourself – DIY). Para os punks não era necessário ter o acompanhamento de gravadoras ou produtoras para terem suas bandas, compor e gravar suas músicas e fazer os seus shows. Eles preferiam fazer o próprio trabalho utilizando um discurso extremamente politizado, não conformista, anti-tecnológico e agressivo.

Seguindo o princípio do faça você mesmo, os punks passaram a fazer músicas com um estilo mais simples, com poucos acordes; produzir seus próprios shows, muitas vezes em garagens de amigos; organizar turnês; tudo isso de maneira autônoma que não visava o lucro, mas mostrava que eles queriam subverter a ordem vigente.

É a partir de todas essas manifestações que surge a vertente atual desse movimento, que se revela no contexto da cibercultura, denominada ciberpunk. O termo tem origem no movimento homônimo de ficção científica surgido nos anos 1980, que

associa tecnologias digitais, psicodelismo, tecno-marginais, ciberespaço, ciborgs e poder mediático, político e econômico dos grandes conglomerados multinacionais. Segundo André Lemos (2008), a cultura ciberpunk é herdeira da contracultura punk, apesar de não ter mais um caráter anti-tecnológico e nostálgico.

Lemos (2008) afirma que a marca dos ciberpunks é a junção da tecnologia e socialidade pós-moderna e seu lema é “a informação deve ser livre; o acesso aos computadores deve ser ilimitado e total. Desconfie das autoridades, lute contra o poder; coloque barulho no sistema, surfe essa fronteira, faça você mesmo” (LEMOS, 2008, p. 187). Embora a origem seja o movimento punk, percebe-se, entretanto que, no atual contexto a cultura do faça você mesmo ganhou outra dimensão.

Segundo Lemos (2005) o faça você mesmo pode ser traduzido pelas três leis da cibercultura. “A máxima punk torna-se aqui: ‘compartilhe, misture (remix), colabore, distribua informação’. É o “tudo em rede”; a conexão generalizada em todos os lugares e de homens, máquinas e objetos entre si.” (LEMOS, 2005).

É perceptível que toda a criação de conteúdo que está surgindo no âmbito da internet recebe as características próprias da cibercultura e, conseqüentemente, da cultura do faça você mesmo. Com a crítica de cinema não é diferente. Para ingressarmos, então, no ponto central de estudo do nosso artigo, passemos a analisar os gêneros jornalísticos e como a crítica se configura como um deles.

### **A crítica de cinema enquanto gênero jornalístico**

A crítica de cinema, como qualquer gênero textual, tem uma função, estrutura e características próprias que a fazem diferente dos demais. De acordo com Cassarotti (2006, p. 20), “podemos dizer que os textos de qualquer natureza, literários ou não, tanto na forma oral como na escrita, são caracterizados por funções específicas e uma organização retórica peculiar”.

Para poder se chegar a falar da crítica de cinema propriamente dita é importante comentar, rapidamente, sobre o estudo do gênero textual e como a crítica se classifica enquanto gênero jornalístico.

As primeiras reflexões e estudos sobre o gênero de textos surgiram na Grécia Antiga com Platão e Aristóteles, como afirma Lia Seixas (2009). Todavia, a noção de



gênero ficou atrelada por muito tempo apenas à literatura, chegando a ser estudada no campo do Jornalismo somente no século XX. No Brasil, um dos pioneiros no estudo das classificações dos gêneros jornalísticos foi Luiz Beltrão (1980) que classificou os textos como sendo de Jornalismo informativo, Jornalismo interpretativo e Jornalismo opinativo. Como observa Cassarotti (2006), a classificação de Beltrão é funcional por estabelecer critérios de acordo com as funções que os textos cumprem diante dos leitores.

Com o tempo, outros pesquisadores se aprofundaram nos estudos sobre os gêneros jornalísticos e outras classificações surgiram. Dentre eles estão José Marques de Melo (1985) e Manuel Chaparro (1998), que se assemelham a Beltrão (1980) em alguns pontos e se distanciam em outros, mas ainda assim, seguem uma lógica comum de categorização dos textos jornalísticos. Bonini (2003, p. 227), por sua vez, acredita que “a literatura da área de comunicação, em sua maioria, trabalha com um conceito de gênero já ultrapassado em outros campos do debate acadêmico”.

Entretanto, a discussão a respeito da classificação ideal ou da desatualização das categorias existentes não é o foco do presente trabalho. Precisamos apenas contextualizar os estudos nessa área e definir gênero jornalístico para entender o nosso objeto de estudo: a crítica de cinema.

Utilizando o estudo de Beltrão (1980) que, como muitos outros, posteriormente, incluiu em sua classificação os textos de jornalismo opinativo, percebemos que a resenha se enquadra nessa categoria por se tratar de um texto que carrega a opinião do autor sobre algum produto artístico. A grande pergunta é: resenha e crítica são nomenclaturas diferentes para o mesmo gênero jornalístico?

Para Cassarotti (2006), na literatura da área de Comunicação Social, tanto na acadêmica quanto na profissional, há uma indefinição sobre o conceito de crítica. Muitos ainda são os que a determinam como sendo igual à resenha, outros nem a consideram um gênero jornalístico e também tem aqueles que concebem a crítica como uma espécie de resenha. Bonini (2005, *apud* CASSAROTTI, 2006, p. 34), em sua visão, identifica uma distinção entre os dois gêneros.

No jornalismo, os textos que comentam obras literárias, teatrais, cinematográficas (e de artes plásticas de um modo geral) são denominados crítica (literária, teatral, cinematográfica, etc.). Embora

haja similaridades claras entre resenha e crítica, existe pelo menos uma diferença marcante. Enquanto a resenha traz um relato pormenorizado da obra, avaliando sua pertinência para um campo de debates (campo das idéias) (*sic*), a crítica se atém ao plano da construção da obra (campo da forma), avaliando suas qualidades estéticas e/ou de entretenimento.

Para os fins do devido trabalho, a diferenciação e conceituação estabelecida por Bonini (2005) é demasiadamente restritiva e necessita de mais ponderações, pois, entendemos que a crítica vai mais além de apenas a avaliação das qualidades estéticas e de entretenimento da obra, mas que também pode abarcar um debate no campo das ideias partindo de uma contextualização social e história do produto artístico e de reflexões filosóficas a respeito da sociedade.

De acordo com o dicionário de Comunicação de Rabaça e Barbosa (2001, p. 200), a crítica é a “Discussão fundamentada e sistemática, a respeito de determinada manifestação artística, publicada geralmente em veículos de massa (jornal revista, livro, rádio, tv) e emitida por jornalista, professor, escritor ou por outros especialistas”, ou seja, por profissionais profissionalmente vinculados ao meio de comunicação, na qualidade de colaboradores regulares.

Desta forma, considerando uma definição mais ampla de crítica e adotando a classificação de gêneros jornalísticos de José Marques de Melo (1985), que coloca a crítica como gênero autônomo, ao lado da resenha, na categoria de jornalismo opinativo, iremos utilizar o termo “crítica de cinema” para a proposta do presente artigo.

### **O *modus faciendi* do “resenhador” de cinema na internet**

Depois de toda a explanação acerca de como a cultura do faça você mesmo se instaurou na cibercultura e do apanhado básico sobre a crítica de cinema como gênero jornalístico, passaremos a abordar as características que o texto crítico de cinema ganhou na internet e qual o *modus faciendi* do “resenhador”, que estabelece uma nova prática midiática.

Para se estabelecer como se dá a construção dessa prática, por meio do “resenhador”, escolhemos responder quatro questões norteadoras, que consideramos essenciais para entender as características da crítica amadora na internet e qual o perfil

do autor desse texto direcionado ao cinema. São essas perguntas: quem está produzindo “crítica cinematográfica” para internet? Por que produz? Com que propriedade esse autor está escrevendo um texto que por muito tempo foi tido apenas por especialistas da área? E, por último, como esse texto é organizado? Acreditamos que as respostas para essas perguntas irão delinear bem o nosso objeto de estudo no artigo.

Fazendo uma reflexão a respeito da primeira questão, percebemos que o sujeito que está produzindo “crítica cinematográfica” para a internet é o amador, alguém que exerce alguma atividade por gosto, por amor, sem remuneração. Ele não tem a intenção de atuar profissionalmente naquilo.

Amadores às vezes se diferenciam de profissionais por habilidade, mas sempre pela motivação; o próprio termo vem do latim *amare* – ‘amar’. A essência do amadorismo é a motivação intrínseca: ser um amador é fazer uma coisa por amor. (SHIRKY, 2011, p. 77-78)

O amadorismo normalmente é encontrado em atividades artísticas, como por exemplo, no cinema e na música. E são nesses campos que podemos enxergar suas manifestações antigas. O cinema moderno deu um importante passo no reconhecimento do amador enquanto sujeito capaz de desempenhar a atividade para o qual se propõe. No caso do amador desempenhando alguma atividade na área de cinema, percebemos que ele se caracteriza como um cinéfilo. Rodrigo Carreiro (2003, p. 60) explica que os cinéfilos fazem parte de “uma categoria específica de espectadores que tratam o filme como algo mais do que mera diversão”. Sendo assim, quem se atreve a escrever sobre cinema na internet são aqueles amadores do assunto: os cinéfilos.

Para responder a segunda questão e entender o porquê da atividade amadora, percebemos que todas as transformações que a nova mídia vem sofrendo geraram nas pessoas motivações para a mudança da posição de espectador, com a qual estavam confortáveis, para agora passarem a ser participantes. As pessoas se sentem mais motivadas a fazerem algo por amor em virtude das motivações intrínsecas. De acordo com a pesquisa do psicólogo Deci, citada por Shirky (2011), existe uma motivação intrínseca: é um rótulo genérico que agrupa diversas razões pelas quais uma pessoa pode ser motivada pela recompensa que uma atividade cria em si mesma. Deci identifica duas motivações intrínsecas que podem ser rotuladas como ‘pessoais’: o

desejo de ser autônomo (decidir o que fazemos e como fazemos) e o desejo de ser competente (ser bom naquilo que fazemos). Isso acontece pelo fato de que, como afirma Shirky (2011), a satisfação de fazer algo sozinho, e isso estar bem feito, traz um sentimento melhor do que aquele sentido quando o amador se depara com algo perfeito feito por um profissional.

Além das motivações pessoais, Benkler e Nissenbaum, mencionados por Shirky (2011), concluíram que existem também as motivações sociais, que são o que caracterizam a forma com que as pessoas se dispõem a fazer e divulgar algo na rede: a participação em comunidades e o compartilhamento. Isso é ocasionado pelo fato de que as pessoas buscam também uma visibilidade para suas criações, e sabem que podem alcançar isso.

Chegamos, agora, em uma questão curiosa. Com que propriedade o “resenhador” escreve textos sobre cinema sem ter uma formação na área nem conhecer os processos necessários para a produção de uma obra audiovisual? Podemos dizer que ele busque essa “formação” através do que a internet lhe pode oferecer. Lipovetsky e Serroy (2009, p. 53) afirmam que “a internet se torna uma plataforma de difusão do cinema”. Tomando isso como base e associando aos princípios da conectividade e da liberação do polo de emissão propostos por André Lemos (2005), percebemos que informações de todas as formas e das mais variadas fontes circulam livremente na internet para que qualquer um tenha acesso, e essa é uma das maneiras encontradas pelo cinéfilo para construir sua bagagem de conteúdo sobre a sétima arte.

Por ser, hoje, o fluxo de informações tão intenso na rede mundial de computadores, pode-se encontrar qualquer tipo de conteúdo sobre filmes de todas as épocas e de todas as nacionalidades. Sites de notícias, blogs de entretenimento e de inúmeros tipos de informações são encontrados na internet. Textos de pessoas que dominam determinados assuntos permeiam a rede e fornecem aos internautas uma facilidade de acesso às mais variadas áreas do conhecimento.

Unindo este aspecto ao compartilhamento de filmes na internet por meio do *download*, o “resenhador” tem um ambiente propício para suas pesquisas e para se aprofundar nos filmes estudados, na história do cinema e nos procedimentos que acontecem por trás das câmeras. Assim, eles se consideram detentores de um saber suficiente para opinar e escrever sobre filmes que lhes agradam.

Tentando responder a última questão para poder fechar o capítulo e entender o *modus faciendi* do “resenhador” de cinema, faz-se importante falar que o texto produzido por ele é um texto livre, diferentemente da crítica de cinema encontrada nos jornais. Como diz Rodrigo Carreiro (2003, p. 56), o

crítico não escolhe livremente, portanto, o filme que vai comentar. Obedece a critérios definidos a partir de categorias de consumo: filmes aguardados com expectativa pelo público. Essa demanda do espectador/leitor é artificial. Não surge espontaneamente, sendo estimulada pela publicidade (direta ou indireta) feita pelos estúdios.

Então, percebe-se que o “resenhador” que encontra nos blogs um espaço para falar o que bem entender, não se preocupa em seguir o padrão estabelecido pelo fator mercadológico ou as diretrizes que guiavam os críticos de cinema. Ele escreve para uma mídia livre que lhe dá total abertura para estruturar seu texto como quiser e escrever da maneira e com a linguagem que achar melhor. Segundo André Lemos (2008, p. 109), “passamos do reino do especialista [...] ao reino do amador”.

Outro fator que atua de maneira significativa nos textos do “resenhador” de cinema é o aspecto da subjetividade. Ele se vê legitimado e permitido a escrever sobre algo que lhe marcou ou que lhe remeteu a algum fato guardado em sua memória, em determinado filme, ou a falar muito bem de um filme que foi mal falado pela crítica, mas, que chamou sua atenção e lhe fez muito bem por motivos subjetivos e pessoais. Da mesma forma que o cinema é englobado por um “espetáculo que atua de maneira sensorial e sensitiva” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 121), o texto escrito pelo “resenhador” carrega de forma intensa aquilo que ele sentiu e suas impressões subjetivas depois de assistir certo filme, não se preocupando necessariamente em organizar o texto em uma estrutura padrão ou utilizar linguagem formal.

### **Considerações finais**

Ao passar por toda uma contextualização sobre o momento em que a sociedade vive e ao qual se adapta, e dar uma rápida explicação do que vem a ser a cultura do faça você mesmo, percebemos que a mesma está presente de maneira bastante significativa em algumas práticas na cibercultura, principalmente na internet. Uma dessas práticas é a

atividade do “resenhador” de cinema que é uma variante da tradicional crítica cinematográfica.

O “resenhador” atua principalmente em blogs, escrevendo textos sobre seus filmes favoritos sem nenhuma pretensão de retorno financeiro. O que se percebe, através de sua prática midiática, é o surgimento de um novo tipo de texto, mais livre, informal e carregado de aspectos da subjetividade do escritor, que muito se diferencia da prática do crítico de cinema tradicional.

Observamos que a crítica de cinema veiculada em jornais e em revistas segue alguns padrões que tomam as diretrizes de mercado como guia para estruturar seu texto, e assim atender a uma demanda específica. Já o “resenhador” não se preocupa com a padronização do texto nem em seguir as linhas da crítica convencional. Primeiro que lhe é oferecido, pela internet, um espaço no qual ele pode produzir conteúdo sem precisar ser um especialista na área. Segundo, o fluxo de informações disponíveis na rede para qualquer um dá a oportunidade do “resenhador” se aprofundar no tema que quiser e fazer qualquer tipo de pesquisa para embasar seu texto.

Essa situação demonstra uma guinada no eixo de produção de sentido através dos gêneros que foram, de forma verticalizada, instituídos pela Indústria Cultural no âmbito das mídias de função massiva, irreversivelmente instaurada pela cibercultura em que, a descentralização do polo de emissão deu também legitimidade à opinião das pessoas. Nesse sentido, o “resenhador” é um amador que realiza sua tarefa de falar de filmes pelo simples prazer pessoal de poder colaborar e compartilhar suas ideias; um cinéfilo que não espera retornos por publicar um texto exprimindo suas impressões e opiniões sobre, mas, sim, alguém que escreve por amar a sétima arte. E é nesse seu fazer pessoal, mas que se torna coletivo, que se estabelece um *modus faciendi*, contrapondo-se ao *modus operandi* que rege a atividade do tradicional crítico de cinema.

Sendo assim, percebemos que não houve uma reconfiguração propriamente dita da crítica de cinema, mas sim o nascimento de um novo gênero textual originário da internet que possibilitou o surgimento da figura do “resenhador”, com sua prática midiática mais livre no que tange a criação de conteúdo para compartilhamento na rede.

## Referências

BELTRÃO, Luiz, **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

---

BONINI, Adair. Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil? **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. 1, p. 205-231, jul./dez. 2003.

CARREIRO, Rodrigo. **O gosto dos outros**: consumo, cultura pop, e internet na crítica de cinema de Pernambuco. 2003. 203 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife - PE. 2003.

CASSAROTTI, Lourdes Cividini. **Crítica de Cinema no Jornal Folha de São Paulo**: Um estudo do gênero. 2006. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão – SC. 2006.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro. Santarém/PT: Cortejo, 1998.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.

\_\_\_\_\_, André. **Cibercultura Punk**. In: Revista Cult, n.96, "Dossier Punk", out.2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: 34, 2010

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Trad. de Paulo Neves. Porto alegre: Sulina, 2009.

MELO, José Marques de. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

O'HARA, Craig. **A filosofia do punk**: mais que barulho. São Paulo, 2005.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: Proposta de novos critérios de classificação. Covilhã: LabCom, 2009.

.SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.