



Cibercinefilia: Práticas Midiáticas e Autonomia Comunicacional Nas Mídias Digitais¹

Lincoln FERDINAND²

Marcos NICOLAU³

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Resumo

Os princípios de “liberação da palavra” e “reconfiguração” de práticas midiáticas, no contexto da cibercultura, têm demonstrado a dinâmica da transformação de inúmeros fazeres, antes restritos a profissionais legitimados pela indústria cultural. Agora são os próprios cinéfilos, os amantes de cinema, que tratam de explorar, analisar, reinventar, perscrutar tudo o que acontece nos filmes e séries de TV, como forma de compartilhar suas descobertas, opiniões e interesses, no âmbito das mídias digitais. Já conhecidos como “cibercinéfilos”, estes vão muito além do que faziam os críticos de cinema tradicionais e desenvolvem uma série de incursões a partir dos filmes e seriados. A proposta do presente artigo é demonstrar a atividade da cibercinefilia e mapear as diversas práticas que seus adeptos desencadearam em seus sites e blogs na internet.

Palavras-chave: Cibercultura; Cibercinefilia; Práticas midiáticas; Cinema; Internet.

Introdução

A cibercultura trouxe consigo significativas transformações nos processos de comunicação das sociedades contemporâneas, invertendo completamente os pólos de produção e difusão de informações. A computação pervasiva que se estabeleceu a partir de um sistema digital em rede permitiu formas inusitadas de convergência e liberou a palavra nas mãos dos usuários da internet.

O entrecruzamento entre mídias alternativas e mídias de massa, com intensa participação dos usuários em diferentes meios e suportes caracterizam o que Jenkins (2008) chamou de cultura da convergência. Em resumo, essa cultura de que fala o autor demonstra as transformações nos modos de relacionamento do público com as formas midiáticas emergentes. Logo, a cultura digital construída em torno das tecnologias da

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Mestrando 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

³ Professor Pós-doutor 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



informação e da comunicação fez com que novas práticas midiáticas surgissem e outras, mais antigas, fossem reconfiguradas para se adaptarem aos novos tempos da velocidade da informação.

Entre as muitas formas de participação encontradas na internet, observamos a presença do cinéfilo, o amante do cinema, aquele que tem a sétima arte bem mais que um mero entretenimento. Notamos que este passou por algumas transformações nas suas características definidoras essenciais no decorrer do tempo, e, no presente momento, assume uma postura diferenciada, proporcionando, assim, implicações e efeitos na indústria cultural e no modo de consumir cinema na era digital.

Chamado agora de cibercinéfilo, como sugere Rodrigo Carreiro (2003), este se apropriou das novas mídias e tecnologias da informação para estabelecer práticas diferentes na internet, e passou de simples consumidor para produtor de conteúdo, que participa e colabora na disseminação do assunto que mais lhe agrada. A facilidade que a cibercultura oferece, nesse quesito, deu nova vida à figura do cinéfilo e o transformou em um novo sujeito de ação, com autonomia comunicacional para se valer das mídias digitais e compartilhar suas produções.

Não podendo ser diferente, o cinema aparece como assunto que reúne uma grande quantidade de informações na internet e dentre os quais mobiliza um número significativo de fãs. Bem observado por Carreiro (2003, p. 130), “o cinema tem sido, desde os primeiros anos de existência da internet, um dos temas mais discutidos pelos internautas”.

Constatamos que a maior parte dessas informações que circulam na rede são produzidas e publicadas pelos próprios usuários. A liberação do polo de emissão (LEMOS, 2003), um dos princípios fundamentais da cibercultura, fez com que pessoas não especializadas pudessem discorrer sobre temas que são do seu interesse e produzir obras das mais variadas modalidades. Passando de mero consumidor para figurar, também, no polo ativo da informação, o cinéfilo foi um dos grandes responsáveis por tornar a internet, como dizem Lipovetsky e Serroy (2009, p. 53), “uma plataforma de difusão do cinema”.

A cinefilia surge bem antes da popularização da internet, quando grupos de pessoas passaram a enxergar o cinema além da mera diversão e espetáculo audiovisual. Esses aficionados defendem o que passou a ser chamado de “cinema de arte”; um cinema repleto de valor simbólico, filosofias e reflexões. Os cinéfilos, não se contentam em apenas assistir o filme. Eles precisam pesquisar tudo sobre a vida dos seus atores e



diretores preferidos, suas filmografias, encontrar lógicas escondidas nas suas produções e colecionar todo tipo de material relacionado à sétima arte. Então, passamos a conhecer o que Lipovetsky e Serroy (2009) chamaram de “religião do cinema”, que, de certa forma, se engendra como um tipo de transgressão do modelo vigente e resistência à cultura predominante.

Todavia, como diversas instâncias da sociedade sofreram modificações com a cibercultura, fazendo valer o seu princípio da reconfiguração de práticas sociais, podemos observar novas características e práticas realizadas pelo cinéfilo em tempos de internet. Ele permaneceu com os mesmos atributos principais que já possuía, entretanto, se apropriou das novas tecnologias para participar mais enfaticamente do universo cinematográfico, que a internet aproxima dos seus amantes. Sendo assim, com essa nova roupagem que o cinéfilo do ciberespaço recebe e mantém em construção, sentimos ser mais condizente chamá-lo de cibercinéfilo, conforme nomenclatura que vem sendo usada academicamente.

Para Rodrigo Almeida (2011, p. 199), “foi natural que a cinefilia se atualizasse na sua versão cibernética, afinal encontrou condições propícias para uma formação intelectual autodidata”. São essas condições que deixaram o ambiente favorável para que o cibercinéfilo pudesse participar e contribuir com o cinema produzindo conteúdo de diferentes formas e assim, aproximando-se e conhecendo mais o assunto.

É nesse contexto que inserimos, também, uma menção ao trabalho desses amadores, mesmo que de forma superficial, referente aos seriados de TV. São produtos que ganharam a mesma dimensão dos filmes e recebem os mesmos tratamentos por parte dos cibercinéfilos.

Sendo assim, perguntamos: de que forma os cibercinéfilos apropriam-se das mídias digitais e criam seus próprios modos de produção na internet? Que implicações e reações essas práticas provocam no modo tradicional de produção da indústria cultural? Quais as formas encontradas por ele para se tornar uma pessoa habilitada a, não só veicular informações na rede mas também produzi-las? Tratando-se de uma pesquisa em estágio inicial, não temos como pretensão responder por completo todas essas questões no momento, mas sim, fazer uma análise sobre como se construiu o cibercinéfilo e de que forma ele vem atuando na internet, além de propor um mapeamento de suas práticas e atividades.



A cibercultura como pano de fundo

Todos os fenômenos midiáticos que acontecem na internet, sejam as novas práticas sociais ou as novas formas de interação e relacionamento, se justificam pelas leis da cibercultura que foram sistematizadas no estudo de Lemos (2003) e revista por Lemos e Lévy (2010). As referidas leis (“liberação” da palavra; conexão e conversação mundial; reconfiguração social, cultura e política), que podem ser vistas como princípios fundamentais da cultura digital emergente, nos guiam a entender a interconectividade planetária que existe atualmente e que conduz a uma quebra das barreiras de espaço e tempo.

A facilidade que a informação tem, hoje, de percorrer todo o mundo em questão de segundos fez com que a sua emissão fosse liberada para todos. O que antes era de domínio única e exclusivamente das mídias de massa agora está ao alcance de quem quiser. Para o sociólogo espanhol Manuel Castells (2003, p.8), “a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”.

Isso simplifica a compressão das inúmeras formas encontradas pelos usuários de se comunicar, relacionar e também de produzir e publicar conteúdo na rede, inserindo-se assim no que é chamado de cultura do compartilhamento. “A internet nos permite ver mais interações sociais do que jamais esperávamos” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p. 15).

As transformações que a cibercultura trouxe para a sociedade contemporânea ocasionaram reconfigurações em práticas sociais, modalidades midiáticas e em vários elementos culturais sem que para isso eles precisassem ser substituídos. Por ser, a tecnologia, conforme afirma Lemos (2008), inerente ao social, sempre veremos modificações nos mais variados segmentos da sociedade para que haja uma adaptação à era digital.

Diante de tudo isso, percebemos que a internet está permitindo que as pessoas possam produzir, divulgar e compartilhar informação facilmente, sem a necessidade de agentes intermediários. Elas estão criando seus próprios programas, revistas, blogs e espaços para expor e emitir sua opinião sobre qualquer tema que seja de seu interesse. Agora, todos podem participar de um contexto interativo da comunicação, sendo tanto emissores quanto receptores, no momento em que a palavra é liberada e não temos mais apenas um polo emissor que transmite informação para vários receptores. Segundo Lévy



(2010) a comunicação passou a ser de todos para todos e é perceptível a democratização da informação.

Dentre as muitas formas de expressão e práticas sociais encontradas na internet, verificamos a presença do cibercinéfilo atuando de maneira bastante ativa e reconfigurando atividades que antes não estavam ao seu dispor. O cibercinéfilo pode ser enquadrado na mesma estrutura padrão do cinéfilo de tempos passados, todavia, carrega em seu comportamento, atitudes e relações, uma nova maneira de agir adaptada pela cibercultura. Ele encontrou um ambiente favorável para o aperfeiçoamento dos seus conhecimentos e para obter uma formação sobre cinema sob sua própria programação e fora dos muros de uma universidade ou de cursos especializados.

Da cinefilia à cibercinefilia

Para Lipovetsky e Serroy (2009) a cinefilia se engendra no momento que o cinema passa a reivindicar o seu status artístico e autoral em oposição ao cinema comercial e seus *blockbusters* feitos apenas para render milhões aos estúdios. O cinema como obra de arte teve a cinefilia como um dos grandes impulsionadores para se consolidar e fazer frente contra a cultura do *blockbuster* e o cinema de diversão. É nesse sentido que Carreio (2003, p. 61) diz que a cinefilia funciona “como uma espécie de transgressão permitida pela cultura hegemônica”.

Sendo assim, podemos entender que a cinefilia se mostra como resistência à forma de consumo ditada pela indústria cultural. Os cinéfilos não se guiavam pelo estatuto do cinema dominante, mas tentavam elaborar sua própria forma de consumo a partir de seus artistas favoritos, filmes mais memoráveis, embora tivessem recebido duras críticas negativas. O que eles queriam era ter acesso aos filmes que lhes interessavam, por qualquer motivo que fosse, e ao material que pudesse lhes dar informações das mais variadas vertentes da sétima arte que eles tinham curiosidade em conhecer. Gostavam de fugir do que era ditado pela mídia (as superproduções cinematográficas) e voltar a vista para os produtos que tinham pouca ou nenhuma visibilidade, mas que nem por isso perdiam sua qualidade.

Então, podemos dizer que os cinéfilos são os verdadeiros amantes do cinema e não aqueles que apenas gostam de ver filmes por mero entretenimento. Eles estão buscando muito além da diversão proporcionada no momento, mas, se interessam e se apaixonam por conhecer todo o processo de construção cinematográfica, os bastidores,



a vida dos atores, a estética e linguagem utilizada em cada filme de determinado diretor. Nas palavras de Rodrigo Almeida (2011, p. 140), a

cinéfilia se apresenta como superação da plateia desinteressada, que toma o cinema como uma diversão qualquer, come pipoca, conversa, para fundar a plateia crítica/realizadora/entusiasta: espectadores-amantes que traçam sua própria programação e que se fascinam por todo circuito no qual o cinema está inserido, que se deixam emotivamente projetar nos personagens, mas que também desenvolvem o distanciamento brechtiano.

Apresentando-se, desta forma, como categoria diferenciada de espectadores, os cinéfilos se firmaram como uma subcultura, chamada assim por alguns antropólogos conforme deixa claro Lucia Santaella (2010), por estabelecer subpadrões dentro de uma cultura dominante sem se desprender dela.

Com o advento do digital e as inúmeras tecnologias criadas, a passagem das culturas de forma cumulativa e seus reajustamentos e modificações até o momento em que as mídias começaram a convergir na cibercultura, assim como em todas as áreas da sociedade, a postura do cinéfilo sofreu transformações, suas práticas foram reconfiguradas e outras adquiridas fazendo nascer, assim, a figura do cibercinéfilo. Uma versão reconfigurada do antigo modelo de amante do cinema. Para Carreiro (2003, p. 132)

O cibercinéfilo [...] não difere muito do cinéfilo clássico; ele é uma atualização contemporânea do sujeito que lia as revistas especializadas em cinema, nos anos 40. O que muda, na realidade, é o ambiente de “universalidade total”, para usar um termo de Pierre Lévy (1999). A atitude do cibercinéfilo no ato de consumir cinema é de resistência.

Podemos, assim, identificar e analisar os diversos modos que os cibercinéfilos encontraram, na cibercultura, para se apropriar de práticas e reconfigurá-las como também criar novas formas de expressão centradas na sétima arte. Quando na cultura de massa o cinéfilo se encontrava na posição de consumidor ou, quando muito, de organizador de exposições e cineclubes, na cultura digital ele passa ao status de produtor de conteúdo, e esse conteúdo pode ser um texto crítico ou até mesmo um filme de baixo orçamento lançado na internet.

Portanto, no capítulo seguinte trataremos de elencar algumas das múltiplas manifestações do cibercinéfilo observadas na rede mundial dos computadores e analisar de que maneira suas práticas midiáticas estão gerando efeitos nas mais variadas áreas da



sociedade, dentre elas, na indústria cultural e na forma de se consumir e produzir cinema e sobre cinema.

Manifestações cibercinéfilas e produção autoral

Como já foi dito, anteriormente, as três leis da cibercultura, estudadas por André Lemos (2003), são essenciais para entender os novos fenômenos e práticas midiáticas que estão se manifestando no âmbito da internet. Desta forma, percebemos que os cibercinéfilos se apropriaram do ambiente favorável e deram uma nova roupagem para o adepto da cinefilia. Agora, em meio à cultura digital.

São muitos os aspectos diferenciadores a serem observados na transformação do cinéfilo clássico para o cibercinéfilo, e para introduzir nosso pensamento, valho-me das palavras do cineasta Woody Allen em uma entrevista concedida a Eric Lax em 1987 (p. 46-47):

a gente ia lá com a namorada, ia encontrar garotas, ia pegar garotas, ia ver filmes. Tudo em torno do cinema era divertido. Era um mundo inteiramente diferente. Dava a sensação de que a gente estava entrando numa espécie de templo, porque eram cinemas grandes, escuros, frescos – ou quentes, dependendo do que você estivesse precisando. Era um paraíso (...). E você pagava seus vintes centavos, entrava e de repente tinha aquela tela gigantesca na sua frente, e lá estava o James Cagney ou a Betty Grable. E tinha um grande balcão de balas. Você ia, comprava uma porção e sentava na sua poltrona. Era uma delícia tão grande! Isso não acontece mais. Os moleques agora alugam fitas. As lembranças deles vão ser assim [*ele alça a voz em falso entusiasmo*]: “Era um barato. Sexta à noite a gente se reunia com os amigos, todos muito bem vestidos, e alugava uma fita”.

Sendo assim, notamos uma mudança já bem acentuada, há quase trinta anos, no que diz respeito à forma com que as pessoas consumiam os produtos cinematográficos, que dirá então em pleno século XXI? Hoje as pessoas não esperam o lançamento dos filmes em seus países. Fazem o *download* de servidores estrangeiros, elas próprias colocam legendas e depois compartilham na rede. Porém, não são quaisquer pessoas que estão dispostas a terem todo esse trabalho. Estamos falando dos cibercinéfilos, os verdadeiros amantes da sétima arte que estabelecem suas práticas na internet.

Consumo, compartilhamento e produção são, no presente momento, os fatores de maior interesse para começarmos um estudo sobre as formas de manifestação cibercinéfila na rede. Embora ressaltemos que o cinéfilo tenha passado de um mero



consumidor para um produtor de conteúdo, na cibercultura, a forma de se consumir cinema também teve grandes transformações.

Foi devido à nova forma de consumo que eles adquiriram conhecimento com mais facilidade. A internet se configura como uma grande enciclopédia dotada de toda e qualquer informação que se procure. Seu surgimento, segundo Raquel Recuero (2009, p. 116), “proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa”. Desta forma, o ambiente se torna ideal para a pesquisa de informações sobre filmes e sobre o universo cinematográfico. Incontáveis são os blogs criados para debater o cinema e também os sites especializados.

Outra facilidade alcançada é a de encontrar os filmes desejados com o *download*. Desta forma, não precisamos mais seguir a programação ditada pela mídia, tendo acesso apenas aos filmes com maior bilheteira, os blockbusters. Agora são os próprios usuários que ditam sua própria programação e assistem o que querem, na hora que querem e aonde querem. Isso tem gerado grandes problemas para a indústria cultural e os direitos autorais, que têm entrado em diversas brigas, mas que estão tentando, ao mesmo tempo, se adaptar ao novo universo cibercultural.

Os cibercinéfilos estão se ajudando para a construção de uma rede colaborativa sobre cinema. É aí que entra o compartilhamento como um dos fatores de interesse do nosso trabalho. Todas essas informações sobre a sétima arte e filmes de todas as categorias só estão ao alcance de todos porque alguém em algum lugar do mundo colocou à disposição na internet. E esse compartilhamento é um dos grandes motores que movimentam as práticas dos cibercinéfilos. É por meio dele que acontece a circulação da informação e do conhecimento que fazem dos cibercinéfilos diferentes dos cinéfilos clássicos. As redes sociais também estão sendo usadas para a difusão de informações que, de acordo com Recuero (2009), é um de seus elementos característicos e acontece através da conexão entre os atores. A velocidade que a informação circula, nesse contexto, é fora do comum e se dá em questão de poucos cliques.

Todos esses fatores essenciais para a caracterização do cibercinéfilo são dependentes entre si, e, desta forma, chegamos ao terceiro fator elencado no trabalho que consideramos o mais diferenciador: a produção.

Duas das formas mais presentes na internet que estão inseridas dentro do fator de produção e que nos faz perceber a passagem do cinéfilo de apenas simples consumidor para um produtor de conteúdo, em sua versão cibernética, é a criação de textos e de vídeos. Os cibercinéfilos estão aproveitando o ambiente rico em informações e



conhecimento e estão recebendo cargas do seu assunto preferido. Assim eles se tornam hábeis e com propriedade para fazer cinema e escrever sobre cinema.

É na internet que eles encontram ambiente propício para o estudo e pesquisa sobre cinema que vão lhes tornar pessoas com um conhecimento adquirido fora das escolas e universidades. Desta maneira, percebemos fortemente a presença do “resenhador” de cinema. Este que cria blogs e passa a escrever textos críticos sobre filmes e compartilha-os na rede. O “resenhador” se diferencia do crítico de cinema da mídia tradicional por ter desenvolvido características peculiares que surgiram na cibercultura.

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. (FERDINAND; CARDINS; NICOLAU, 2014, p.102-103).

Também figura como característica importante do texto escrito pelo “resenhador”, a presença de aspectos de subjetividade, o que o torna mais livre e com linguagem informal. Ele não precisa seguir um padrão já estabelecido, mas ele próprio define quando escreve, sobre que filme escreve e qual ênfase ele quer dar ao texto. Mesmo que seja um filme de baixa bilheteria e que tenha sido deixado de lado pela mídia e pela crítica, o “resenhador” se vê permitido a traçar suas impressões caso o produto audiovisual tenha lhe trazido algo a refletir, ou simplesmente porque ele gostou de alguma cena em específico ou da roupa do personagem principal.

Aparentemente, a criação de textos para a blogosfera se situa como principal atividade cibercinéfila na internet, porém, a facilitação no uso de ferramentas de captação de áudio e vídeo e seu barateamento, como também a liberação do polo emissor que permite qualquer um publicar o que quiser na rede, fizeram com que a produção de filmes por parte dos usuários aumentasse bastante.

Eles estão criando seus próprios canais no *youtube*, com programas sobre cinema nos quais eles têm a liberdade de falar da maneira que quiserem e tendo o controle sobre sua atividade. Eles mesmos fazem o texto, filmam, editam e publicam na internet. O cinéfilo sempre procurou estar mais próximo do cinema e a cibercultura está proporcionando que eles próprios façam seus filmes. Inúmeros são os vídeos produzidos



por cibercinéfilos encontrados no *youtube*, desde experimentações até produções bem elaboradas com direito a roteiro planejado e edição sofisticada.

No início de 2013, surgiu um aplicativo para *smartphones* que se configura como uma rede social e permite aos usuários a criação de pequenos vídeos de até seis segundos com uma possibilidade mínima, e bem básica, de edição. O *Vine* está dando espaço à imaginação das pessoas que sempre sonharam em fazer cinema e elas estão criando e experimentando diversas formas de narrativa, inovando no roteiro e na montagem, com o pouco recurso que lhes é dado.

É preciso salientar que grande parte dessas atividades desenvolvidas pelos cibercinéfilos também são encontradas nos fãs de séries de TV e que esta não pode ser vista distante da realização cinematográfica, nos dias de hoje, pois cada vez mais se aumenta em qualidade os roteiros e produções de narrativas seriadas para televisão, e, principalmente, o consumo desses produtos está sendo estabelecido fortemente através do contexto tecnológico atual e das mídias digitais, como propõe Marcel Silva (2013) quando fala em condições epistemológicas para a existência de uma cultura das séries ou cibertelefilia.

Torna-se possível observar os cuidados nas produções seriadas, recentes, para TV de uma forma que estas se assemelhem quase que por completo às obras cinematográficas. Portanto, seria mais fácil falar em obras audiovisuais.

A circulação virtual desse tipo de obra tem feito crescer bastante o consumo digital, seja online ou não, deixando-o cada vez mais fora do padrão e da programação televisiva e cinematográfica. Sendo assim, observamos as mesmas características nos fãs dos dois produtos audiovisuais, e que muitas vezes são amantes tanto do cinema como das séries e estão falando o mesmo idioma e exercendo as mesmas atividades virtuais.

Por isso, acrescentamos que não se pode deixar de fora os fãs das séries no momento em que se estuda as práticas dos cibercinéfilos, pelo fato daqueles estarem desenvolvendo muitas destas atividades abordadas e talvez até com mais frequência e amplitude.

Sendo assim, apesar de introdutório o trabalho, já podemos propor um mapeamento inicial das atividades e práticas surgidas com a atuação dos cibercinéfilos e que vai nortear a elaboração de artigos posteriores mais direcionados. Vejamos o quadro a seguir:



Tabela 1 – práticas dos cibercinéfilos

Resenhador	Escreve o texto crítico livre e amador, sobre cinema, que é veiculado em blogs e páginas pessoais.
Legendador	Escreve e coloca legendas em filmes e séries estrangeiras que ainda não foram lançados no seu país.
Remixador	Hábil com ferramentas de edição de imagem, vídeo e som. Em sua maioria produz material dotado de humor.
Coletor de informações	Busca curiosidades acerca das produções cinematográficas e da vida pessoal dos artistas a fim de torná-las públicas.
Produtor de vídeo	Produz e compartilha, na internet, vídeos de sua autoria, sejam eles pequenas narrativas ou até mesmo em forma de programas temáticos.

Fonte: os autores

Embora não seja uma tabela ainda definitiva, uma vez que a pesquisa está em seu início, percebemos que já é possível delinear e até mesmo categorizar um conjunto de ações dos cibercinéfilos, como forma de compreender a dimensão de suas intervenções práticas compartilhadas.

Verifica-se, desta maneira, nesse momento da pesquisa sobre as novas práticas dos cinéfilos em tempos de cibercultura, que os fatores consumo/compartilhamento/produção são indissociáveis e de importância essencial para entender como acontecem as manifestações dos cibercinéfilos na internet e de que maneira elas estão afetando outras áreas da sociedade e a indústria cultural.

Considerações finais

Hoje, a torrente de informações que circula na internet dá ao cibercinéfilo a possibilidade de encontrar o filme que quiser, de qualquer época ou nacionalidade, seja raro ou não, justamente porque em algum lugar do planeta outro cibercinéfilo se preocupou em colocá-lo à disposição, o que causaria inveja aos cinéfilos da cultura de massas.

Assistindo aos filmes que almejam, numa facilidade fora do padrão e em quantidades multiplicadas, os cibercinéfilos têm mais sobre o que pesquisar e mais pelo que fiquem fascinados. Mas, onde eles vão buscar conhecimento a respeito do assunto?



A questão é respondida pelos próprios cibercinéfilos que cansaram de consumir um tipo padronizado de informação e resolveram criar os seus espaços para falar sobre o filme que achar mais conveniente sob a ótica que mais lhes apraz.

Uns colocam legendas em filmes iranianos. Outros disponibilizam esses filmes em sites criados para esse fim. Uns mantêm os filmes em seus computadores para sustentar uma rede P2P⁴ e compartilhar para outros que os estão procurando. Outros mais escrevem sobre esses filmes e publicam suas impressões com linguagem informal e mais despojada, enquanto outros leem em busca de novas sugestões. Também existem aqueles que estão criando suas próprias obras cinematográficas realizadas através de ferramentas simplificadas de captação e edição de som e imagem. E assim, os cibercinéfilos participam de uma maneira colaborativa, na internet, sustentando esse universo da sétima arte que eles tanto amam e querem ver crescer na rede.

Toda essa reformulação de práticas sociais, que os cibercinéfilos estão desencadeando em favor de uma atividade não comercial e que visa unicamente o prazer de quem pratica, está surtindo efeitos na indústria cultural que precisou repensar suas atividades e ações. Agora, por ser prática a escolha entre produtos simbólicos alternativos, ao contrário do que ocorria na cultura de massas na qual a produção partia de poucos e consumida por muitos, como explicita Santaella (2010), a indústria das artes e do entretenimento vem tentando encontrar formas de se manter dominante visto a situação atual. Não é mais ela a única a ditar a programação a ser seguida, mas os próprios consumidores tornaram-se guias para fazer a programação que quiserem e consumirem os produtos culturais que acharem convenientes.

Alguns cinemas e locadoras já encontraram o seu fim. A venda das cópias originais dos filmes sentiram os efeitos do download e nessa perspectiva a indústria cultural sofre as implicações causadas pelo nascimento e formação do cibercinéfilo.

Este, que se aperfeiçoou na cibercultura e se viu em ambiente favorável para sua formação intelectual, está produzindo conteúdo e veiculando informação dos mais distintos estilos; e não podemos ignorar sua presença forte e suas mais variadas manifestações no cenário que o cinema ocupa na rede mundial de computadores.

⁴ Sistema de compartilhamento de arquivos no qual o usuário também faz o papel de servidor, não havendo, assim, a necessidade de um computador central intermediando a relação de troca.



Referências

ALMEIDA, Rodrigo. **Rasgos culturais**: o consumo cinéfilo e o prazer da raridade. Recife: Velhos Hábitos Ed., 2011.

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.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FERDINAND, Lincoln; CARDINS, Jitana; NICOLAU, Marcos. Crítica de cinema e novas práticas midiáticas: a construção do “resenhador” na cultura do faça você mesmo. *In*: Marcos Nicolau (Org.). **Rumos da comunicação em rede e suas experiências midiáticas**. João Pessoa: Ideia, 2014. p. 82-104.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LAX, Eric. **Conversas com Woody Allen**: seus filmes, o cinema e a filmagem. 2 ed. ampliada. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. *In*: _____; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003; pp. 11-23.

_____. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 4 ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3 ed. Trad. sob a direção de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed 34, 2010.

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

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.



SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 4 ed. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries**: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. XXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. 04 - 07 de Junho de 2013, Salvador – BA, 2013. Disponível em http://compos.org.br/data/biblioteca_2076.pdf.