



Práticas de consumo cinéfilas: dos cineclubes e cadernos de cinema para a web a solidificação da cinefilia no ambiente digital¹

Rafael José Oliveira Ofemann²

ESPM-SP

Resumo

Por meio de uma análise das práticas de consumo cinéfilas em meio ao processo histórico, propõe-se uma reflexão sobre a importância da cinefilia na produção do cinema enquanto objeto artístico e na constituição de seu campo teórico. Para isso, investigamos o papel de alguns dos primeiros cineclubes, como o de Ricciotto Canudo na França, e o Chaplin Club no Brasil. Abordamos também a formação da *Cahiers du Cinéma* nos anos de 1950, espaço e períodos fulcrais na transformação da crítica cinematográfica. Apontamos também para o surgimento de uma cibercinefilia que amplifica e transforma algumas práticas cinéfilas, sobretudo por facilitar a formação de redes de sociabilidade e o compartilhamento de obras cinematográficas. A internet também se mostra importante por abrigar diversos bancos de dados e inúmeras revistas e blogs com críticas cinematográficas. Pretendemos com isso reforçar o papel da cinefilia como fomentadora da diversidade de olhares sobre o cinema.

Palavras-chave: Comunicação e consumo; práticas de consumo; cinema; cinefilia; internet

Introdução

O cinema é essencialmente um meio de comunicação, mas o cinema também é uma forma de arte (ROSENFELD, 2002). Essa hibridação entre arte e indústria contribuiu para que diferentes espectadores, igualmente amantes de filmes, se relacionassem de forma distinta com o espetáculo da sala escura. Para alguns desses, basta o acompanhamento assíduo dos lançamentos cinematográficos em diferentes veículos de comunicação, a presença constante nos complexos cinematográficos dos

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Subjetividade, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

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



shopping centers ou ainda a assinatura de canais a cabo ou de vídeo de sob demanda na internet. Para outros, a estes chamaremos de cinéfilos, apenas assistir à exibição da obra cinematográfica é insuficiente, pois ele busca exercer um consumo engajado da produção cinematográfica caracterizado por seu interesse de ampliar o acesso a seu objeto de apreço, compartilhar informações e reflexões, debater com seus pares e, por vezes, distribuir e produzir cinema.

Analisar as práticas cinéfilas de consumo audiovisual contribui para uma abordagem sociocultural do cinema, como entende o historiador e pesquisador Antoine de Baecque:

o filme passa a ser entendido através dos filtros em que ele é visto, com os textos que o acolhem, com os gestos cerimoniais que orientam sua visão, com os acontecimentos políticos e intelectuais que regem sua compreensão, com as reviravoltas sociais que transformam a sua percepção (BAECQUE, 2010, p.38).

Portanto, assim como em seu processo comunicacional, tanto quanto em sua face de produto cultural, é a partir da recepção ou do ato de consumo que o cinema completa seu círculo de influência e é capaz de constituir subjetividades no espectador. Sendo assim, compreendemos que a análise de uma esfera de espectadores que participa ativamente na produção e constituição do próprio meio ao qual devotam apreço se mostra integrante dos estudos relativos a comunicação e consumo.

Esse trabalho irá investigar de que maneira as práticas cinéfilas se configuraram como uma forma de se relacionar com o cinema que faz da reflexão sobre o que se assiste parte fundamental da experiência. Para isso realizará um panorama histórico descrevendo alguns momentos representativos da história dessa prática, como o estabelecimento do primeiro cineclubes brasileiro, o Chaplin Club, no Rio de Janeiro no final da década de 1920, a formação do grupo de críticos e posteriormente cineastas da revista francesa *Cahiers du cinéma* e na virada para o século XXI a apropriação dos meios digitais para a difusão e diversificação de práticas de cinefilia.



Cineclubes e cadernos de cinema: a cinefilia toma forma

O cinema mal havia completado sua primeira década de existência e já havia sido alçado a cotidianidade dos habitantes das primeiras metrópoles do século XX. O cinematógrafo que havia sido apresentado nas exposições universais como mais uma maravilha tecnológica, na linha da energia elétrica, ou como mais uma atração espetacular, como o circo, despertava objeções e paixões entre os pensadores da época e seu público. Críticas diversas eram direcionadas ao cinema, em destaque aquelas realizadas, já nos anos de 1940, por Theodor Adorno e Max Horkheimer, que compreendiam que a cultura contemporânea, produzida e reproduzida industrialmente, conferia a tudo “um ar de semelhança” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Ou até mesmo a perspectiva limitadora de algumas teorias da comunicação, de décadas anteriores, que enxergavam o espectador como um passivo receptor de mensagens.

Na contramão dessas definições restritivas alguns de seus espectadores mais influentes produziam críticas e homenagens que contribuíram para a legitimação do cinema enquanto arte. Uma nova maneira de se relacionar com o cinema começava a tomar forma, os primeiros cinéfilos saíam das salas escuras do espetáculo cinemático e contribuíam com novas ideias para o futuro da sétima arte, como também, por possuírem uma postura que hibridiza as esferas da produção e recepção constituíam-se como exemplos das nuances do consumo cultural na produção do sujeito.

As práticas de consumo cinéfilas funcionam como um exemplo incisivo das diferentes matizes que permeiam as relações culturais mediadas pelo consumo. Michel de Certeau compreende que as práticas são determinantes na identificação do indivíduo no processo de consumo cultural. O autor entende que, “a presença e a circulação de uma representação (...) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários” (CERTEAU, 2012, p. 39). É preciso investigar o uso realizado pelo consumidor, “só então é que se pode apreciar a diferença ou semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização (CERTEAU, 2012, P. 39), como conclui o autor. Uma análise do processo histórico das relações



entre as práticas cinéfilas e o cinema revela a contribuição desta forma de consumir no processo de subjetivação desse sujeito e na própria constituição do campo.

A fundação dos primeiros cineclubes franceses pode ser apontada como o marco histórico de um certo modo de ver cinema, que tem na reflexão sobre o conteúdo e a sociabilidade entre espectadores características substanciais. Ismail Xavier, percebe no italiano radicado na França, Ricciotto Canudo uma figura central para esse movimento. Canudo fundou o Club des Amis du Septième Art em 1920 e vinculou a si “os primórdios da crítica e de uma tradição teórica e cineclubista” (XAVIER, 1978, p. 42). Além disso, o crítico também tem vinculado a seu nome “o batismo erudito do cinema, que encontrou no italiano seu padrinho no sistema de belas artes, consagrando-se com o nome de *sétima arte*” (XAVIER, 1978, p. 42).

No Brasil o primeiro cineclube a se estabelecer é o Chaplin Club (XAVIER, 1978; COSTA JUNIOR, 2015). Fundado no Rio de Janeiro em 1928, o *club* é anunciado em uma das principais revistas sobre cinema do período a *Cinearte*, que sugere para os integrantes do Chaplin Club que se dedicassem não somente aos debates promovidos nas projeções, mas também a produção, pois compreendiam “que nada mais admirável para um *fan* de cinema que fazer cinema”³. A revista sugere que, já nos anos 1920, para um determinado tipo de espectador a experiência cinematográfica não se limitava a contemplação do filme, mas que poderia derivar, inclusive, na formação de novos cineastas. A sugestão da *Cinearte* ganha materialidade em 1931, oportunidade em que o Chaplin Club promove o lançamento de *Limite*, filme realizado por Mário Peixoto, um de seus integrantes (COSTA JUNIOR, 2015, p. 86). O filme mudo e experimental ainda hoje é reverenciado como um dos maiores da cinematografia brasileira.

Por meio da análise do Chaplin Club é possível encontrar ao menos três práticas cinéfilas, seriam elas: o encontro para debates fomentado após a exibição de obras cinematográficas, o exercício do texto crítico reflexivo e a produção de novos filmes.

³ *Cinearte*, 1, VIII, 1928, (127), p.4



O engajamento de seus integrantes nessa nova forma de se relacionar com o cinema foi basilar na formação de uma nova relação com o cinema no Brasil. Portanto, esse espectador de cinema que realiza encontros sociais para a exibição de obras e debates e que, a partir deste lugar reflexivo, eventualmente, é capaz também de produzir exprime as múltiplas possibilidades de se relacionar com o cinema e de ser cinéfilo.

Pensá-lo enquanto um consumidor de bens culturais ajuda-nos a analisar o fenômeno da cinefilia como um comportamento legítimo de integrantes de nossa sociedade na contemporaneidade. O antropólogo Néstor García Canclini, vincula as práticas de consumo a cidadania, pois entende, “que ser cidadão não tem haver apenas com os direitos reconhecidos pelos direitos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento” (1995, p. 22). O consumo cinematográfico transcende o fenômeno da projeção, aquele pelo qual o espectador se identifica com o que ocorre na tela, se identifica e se coloca na tela. Assim, assistir a filmes também reflete na experiência vivida fora da sala escura, na conversa entre pares, na escrita sobre o filme, entre outras práticas. Portanto, ao dar “sentido de pertencimento”, por inscrever o espectador comum em uma nova esfera de sociabilidade é que a cinefilia se constitui também como uma prática de se relacionar com o cinema promotora de cidadania.

Baecque encontra nos anos de 1950 em seu país um momento decisivo de afirmação da prática cinéfila. Período de criação e popularização de algumas das principais revistas de cinema como a *Cahiers du Cinéma* e *Positif*. A primeira é o foco da pesquisa de Baecque que entende que a publicação foi central na mudança qualitativa na crítica cinematográfica dali em diante. Desde o início da década a revista agrupou entre seus colaboradores os críticos e futuros cineastas Jean-Luc Godard, François Truffaut, Éric Rohmer, Jacques Rivette e Claude Chabrol, alguns dos principais nomes do movimento cinematográfico *Nouvelle Vague*. Além de funcionar como um espaço de gestação do movimento as páginas dos *Cahiers* serviram para a solidificação daquela que talvez seja a principal prática cinéfila a crítica cinematográfica.



Da apropriação dos meios digitais surge a cibercinefilia

O olhar cinéfilo quer sempre mais, ele é movido pela vontade de encontrar o novo, mesmo que esse novo seja um obscuro filme de 1950, ele quer ser surpreendido, ele “procura repudiar o clichê, encontrando as composições audiovisuais que causem estranhamento, que desvaneçam o conformismo; que tenham algo a dizer ou provocar para além de algo a vender” (FERREIRA, 2010, p. 15). O fazer cinéfilo também quer mais, quer encontrar novos meios de expressar o que pensa, de se fazer representar, de compartilhar com o outro aquilo que ama. Assim, as possibilidades comunicacionais e interacionais inerentes a internet são vistas como uma oportunidade pelo cinéfilo e são imediatamente apropriadas por eles que veem na rede uma chance de diversificar suas práticas e de ampliar seu conhecimento e sua rede de relações.

A apropriação pelo cinéfilo das possibilidades da rede passa a configurá-lo não apenas como o espectador, mas também como usuário das tecnologias informáticas. Carlos Scolari compreende que,

ao sentarmos em frente a um computador passamos a formar de parte de uma rede social de trabalhos e ideologias que nos constroem enquanto usuários. Desta forma aceitamos regras, limites e adotamos atitudes que não necessariamente favorecem aos interesses do mercado (SCOLARI, 2008, p. 261)⁴.

Na lógica da rede passa a ser possível para qualquer um, que tenha interesse, pronunciar-se autonomamente em um veículo de alcance massivo. Opiniões que aviltam o interesse comercial podem ser pronunciadas independente das forças hegemônicas da produção cultural. A resistência cultural pressuposta no gosto cinéfilo assume na internet atitudes efetivas de promoção de um comportamento alheio aos interesses comerciais.

As primeiras manifestações do espectador de cinema na internet surgem com a criação de *fanpages* dedicadas aos astros da tela grande e se estende para o armazenamento e disponibilização de dados sobre as obras, tendo como marco a criação

⁴ Tradução nossa.



do IMDB⁵ (PRYSTHON, 2013), *site* ainda hoje popular, que mantêm um banco de dados com informações sobre grande parte das produções cinematográficas e televisivas já realizadas, com especial detalhamento das obras estadunidenses.

Parte importante para a formação cinéfila o amplo acesso a informações diversas sobre cinema consolida-se na internet, com a diversificação de espaços que lá surgem com essa função. Fundado em 1933 o British Film Institute⁶, possui um dos acervos mais amplos sobre cinema na internet. Além de um repositório de informações sobre as produções cinematográficas e televisivas como o do IMDB, o BFI oferece informações sobre as mostras realizadas em seu espaço físico em Londres, acesso à loja online e ao conteúdo da revista Sight & Sound – por assinatura –, além de possuírem uma plataforma *on-demand* de exibição de filmes.

O site da Cinématèque Française⁷, por outro lado, é majoritariamente voltado para a promoção da instituição e de seu espaço físico, com informações sobre as diferentes mostras e exposições. Por meio dele, no entanto, é possível acessar materiais interativos de algumas das mostras realizadas no espaço. Destaca-se também a possibilidade de acessar o site Ciné-Ressoucers⁸ um repositório de informações sobre o cinema francês. No Brasil a Cinemateca Brasileira⁹ disponibiliza em seu site um banco de dados com o objetivo de “reunir, organizar e disponibilizar informações sobre toda a produção audiovisual produzida no país desde 1897 até os dias atuais”, por meio dele é possível acessar os dados técnicos de cerca de 40 mil títulos, sejam longas ou curta-metragens. Pelo site da instituição também é possível acessar o Banco de Conteúdos Culturais¹⁰ no qual é possível assistir alguns filmes das produtoras Atlântida e Vera Cruz, como O Cangaceiro (1953), de Lima Barreto e arte de centenas de cartazes de longa-metragens nacionais e internacionais, galerias de fotos e ao acervo da TV Tupi.

⁵ Internet Movie Database: <http://www.imdb.com>

⁶ British Film Institute: <http://www.bfi.org.uk>

⁷ Cinématèque Française: <http://www.cinematheque.fr>

⁸ Ciné-Ressoucers: <http://www.cinereources.net>

⁹ Cinemateca Brasileira: <http://www.cinemateca.gov.br>

¹⁰ Banco de Conteúdos Culturais: <http://www.bcc.org.br/>



Os cinéfilos também encontraram na internet meios de aumentar a visibilidade de sua produção textual crítica sobre cinema. Além dos veículos de imprensa tradicionais e revistas especializadas, surgiram iniciativas independentes conciliando jovens críticos e autores mais experientes, em artigo sobre as transformações da crítica no ambiente digital Angela Prysthon, comenta sobre alguns desses espaços. Entre os citados destacam-se Senses of Cinema¹¹, que conta em suas páginas com colaborações de nomes como do acadêmico Edgard Morin, e as revistas Lola¹² e Rouge¹³ que contemplam “um alto padrão de escrita, uma afirmação do pensamento crítico e a publicação (...) dos mais reconhecidos críticos e cineastas de vanguarda do mundo” (PRYSTHON, 2013, p. 79), apesar da baixa assiduidade de ambas as publicações. No Brasil, no período da publicação do artigo em 2013, as revistas, Contracampo¹⁴, Filmes Polvo¹⁵, Foco¹⁶, Filmologia¹⁷ e Cinética¹⁸ destacavam-se com uma crítica mais elaborada e profícua. Hoje somente a última ainda atualiza seu site com contribuições críticas, as outras ainda mantem o conteúdo em seus espaços virtuais apesar de não serem atualizados. A dificuldade em manter esses espaços operantes contrasta com a pujança de conteúdo de sites de forte apelo comercial como o Omelete¹⁹.

No entanto sites pessoais de críticas e comentários sobre cinema ainda são inúmeros, com alguns obtendo maior destaque do que outros devido ao trabalho dos críticos em veículos tradicionais, como é o caso dos blogs de Inácio Araújo²⁰ da Folha de São Paulo e Luiz Carlos Merten²¹ do Estado de São Paulo. Novamente, muitos espaços citados por Prysthon encontram-se inativos ou não são mais atualizados. A permanência de blogs com vinculações a espaços tradicionais de referência no ambiente

¹¹ Senses of Cinema: <http://sensesofcinema.com>

¹² Lola: <http://lolajournal.com>

¹³ Rouge: <http://rouge.com.au>

¹⁴ Contracampo: <http://contracampo.com.br>

¹⁵ Filmes Polvo: <http://www.filmespolvo.com.br/site/>

¹⁶ Foco: <http://focorevistadecinema.com.br>

¹⁷ Filmologia: <http://www.filmologia.com.br>

¹⁸ Cinética: <http://revistacinetica.com.br/home/>

¹⁹ Omelete: <https://omelete.uol.com.br>

²⁰ Inácio Araújo: <http://inacioaraujo.blogfolha.uol.com.br>

²¹ Luiz Carlos Merten: <http://cultura.estadao.com.br/blogs/luiz-carlos-merten/>



off-line e a dificuldade em manter ativos *blogs* ou *sites* independentes evidencia uma certa fragilidade para a manutenção de espaços autofinanciados e de uma reputação crítica construída somente na internet.

Cópias e compartilhamento: das videolocadoras as redes digitais

A principal transformação proporcionada pela apropriação da internet pelos cinéfilos se deu no acesso as obras cinematográficas. O uso da tecnologia digital e das redes de compartilhamento para poder adquirir ou assistir as mais diversas obras se intensificou significativamente com a ascensão da internet a cotidianidade de grande parte da população. No entanto, essas práticas não se iniciam aí. Para assistir determinado filme, por décadas o cinéfilo esteve restringido as projeções nas salas de cinema realizadas logo após seu lançamento, exibições posteriores em eventuais mostras e a exibições em cineclubes. É importante salientar que muitas vezes, esse cinéfilo precisaria viver em uma das grandes cidades de seu país, pois a distribuição de determinadas obras era e segue restrita.

Esse cenário de escassez começa a sofrer mudanças com a inserção no mercado de novos suportes e aparelhos reprodutores de filmes como o VHS e o videocassete, que viriam a se tornar hegemônicos. No início dos anos de 1980 a exibição de filmes pela televisão já era comum há algumas décadas a sala de cinema já não era mais o único espaço para apreciação de obras cinematográficas, a chegada aos lares dos videocassetes contribui para a afirmação do ambiente caseiro como um importante espaço de fruição de filmes. São as mídias analógicas como o VHS que permitem que os cinéfilos façam as primeiras cópias de conteúdos que lhes fascinam e, desta forma, proporcionam o surgimento de um hábito que se afirmaria na era das cópias digitais. Na posse desse conteúdo o cinéfilo passa a

poder mantê-lo, estudá-lo, copiá-lo, retrabalhá-lo e compartilhá-lo com seus amigos. Para muitos espectadores de filmes e televisão que se tornaram usuários de videocassetes, esses novos modos de acesso, estética e afeto



contribuíram para quem nós somos e para como nós nos definimos (HILDERBRAND, 2009, p. 243).²²

Logo, podemos afirmar que algumas das principais práticas de cibercinefilia tem sua gênese em meados dos anos de 1980 período no qual os cinéfilos encontraram no vídeo o suporte ideal para suprir antigos anseios.

Nesse período, uma estratégia comercial também se mostra fundamental na ampliação do acesso as obras cinematográficas, a criação das videolocadoras. A sedução propiciada pela grande oferta de obras cinematográficas em suas gôndolas associada a possibilidade de encontrar um velho clássico entre tantas fitas de vídeo de lançamentos hollywoodianos e poder assisti-lo e reassisti-lo, até o prazo da devolução, atua diretamente na formação de um cinéfilo que, apesar de ver na sala escura o local ideal para fruição cinematográfica, percebe na reprodução caseira uma oportunidade de ampliar seu conhecimento cinematográfico.

A primeira década do século XXI assiste à elevação das mídias digitais de reprodutibilidade e arquivamento de dados como a mais comum para as produções audiovisuais. O DVD afirma-se como o formato mais popular para os filmes. A associação desses discos prateados a computadores pessoais equipados com reprodutores/gravadores logo se torna o meio preferido para os cinéfilos copiarem suas obras favoritas que podem tanto ser duplicadas quanto se tornarem arquivos digitais. A intensificação da popularização da internet conectada ao incremento da velocidade de transferência de dados, em meados da década, tornou a rede o ambiente propício para a troca de arquivos audiovisuais. Sobretudo, pois esse comportamento já estava difundido entre os usuários de softwares de compartilhamento de músicas desde o surgimento do primeiro programa deste tipo, o Napster em 1999, sendo assimilado posteriormente pelos cinéfilos.

O compartilhamento livre destes arquivos gerou imediata resposta dos proprietários das indústrias culturais. Grandes conglomerados musicais formados por detentores de inúmeros selos e gravadoras reagiram afirmando que os usuários desses

²² Tradução nossa.



programas, em sua maioria jovens, estariam cometendo crime ao copiarem e difundirem arquivos com conteúdo sujeito a direitos autorais. A criminalização desta prática, proposta pelas *Majors* da indústria fonográfica, ao longo do tempo perde força, “possivelmente devido ao fato de não haver troca de dinheiro envolvida nesse processo” (CASTRO, 2007, p. 85), entre outros motivos. Como aponta Gisela Castro, que realizou uma pesquisa com jovens universitários em 2007, eles em sua ampla maioria não consideravam um crime a troca de arquivos, “fatores como a praticidade e a diversidade do acervo disponível na internet são postas em primeiro plano” (2007, p. 85).

A falta de resultados expressivos, apesar dos esforços da indústria fonográfica, de frear essa prática e o relativismo ético dos usuários dos softwares de compartilhamento contribuem para que a adesão dos usuários a troca rápida de arquivos de audiovisual acontece sem tropeços a partir do momento em que tecnologia passa a permitir o compartilhamento de arquivos de boa qualidade visual. A própria indústria cinematográfica também não reage de forma grave, preferindo em um primeiro momento investir na diversificação de tecnologias e espaços de exibição, como o 3D e as salas IMAX, para atrair o público para as salas de cinema.

É nesse cenário favorável que se estabelecem algumas das mais importantes redes cinéfilas de sociabilidade e compartilhamento, destacando-se no Brasil o MakingOff. O MKO, como se refere a ele seus integrantes, é o espaço cinéfilo mais importante do país (FERREIRA, 2010; MEILI, 2015), contando atualmente com mais de 55000 participantes cadastrados. Sua rede de comunicação, em formato de fórum, atua prioritariamente na promoção da sociabilidade entre seus usuários e no compartilhamento de filmes, possibilitando também a distribuição de livros e trilhas sonoras.

A delimitação dos filmes que podem ser compartilhados no espaço é difusa, obedecendo a certas normas criadas pelos administradores, mas amparada em um certo *bom gosto* comum entre os usuários. Essa restrição se expressa sobretudo na completa objeção a disponibilização de filmes de caráter francamente comercial, sobretudo os hollywoodianos. A pesquisadora Angela Maria Meili, circunscreve os tipos de filmes



que podem ser compartilhados na rede com as seguintes palavras-chave: “*raridade, oposição ao mainstream, clássicos, alternativo, independente, nacional, arte, bom gosto e experimentalismo*” (MEILI, 2015, p. 191). O recorte do que pode ser disponibilizado no MKO é característico de sua adequação cinéfila, ao se opor enfaticamente a produção comercial ele se configura como um espaço de resistência e promotor de uma relação coletiva com o cinema.

Os usuários do MKO compartilham milhares de filmes com seus pares, contribuindo para que cinematografias que poderiam sofrer com o ostracismo ganhem visibilidade. É comum no espaço que filmes nunca exibidos no Brasil ganhem destaque em suas páginas. Cinéfilos distantes dos grandes centros do país podem, a partir da adesão a redes como o MKO, acessar filmes raros e se conectar com pares de diferentes regiões. O crítico e pesquisador Jonathan Rosenbaum compreende que a ampla disponibilidade de grandes e influentes obras do passado em cópias digitais na atualidade contribui para a formação de novas e diferentes formas de se relacionar com o cinema (ROSENBAUM, 2010, p. 6). Além disso ele acredita que, “se o público pode novamente encontrar maneiras de reivindicar um certo cinema como seu, mesmo que signifique deixar as salas de exibição, as possibilidades começam a se tornar ilimitadas”²³ (ROSENBAUM, 2010, p. 9). A acessibilidade e a disponibilidade configuram-se como centrais na formação deste cinéfilo autônomo que se apropria das ferramentas técnicas para a produção de sua própria cinefilia, sendo esta a característica fundamental da cibercinefilia.

Considerações finais

Como vimos neste trabalho, as práticas cinéfilas de consumo foram fundamentais na constituição do cinema enquanto objeto artístico e na constituição de seu campo teórico. Esta forma de se relacionar com o cinema demonstrou-se quase tão antiga quanto o cinematógrafo e suas diversas contribuições, como a produção crítica

²³ Tradução nossa.



sobre as obras, a produção experimental vanguardista – como aquela realizada pelos integrantes da *Nouvelle Vague* –, a formação de cineclubes ou o compartilhamento de filmes afirmaram-se como uma conduta de resistência aos esforços homogeneizadores impingidos pelas indústrias cinematográficas.

A história da cinefilia é construída à margem das intenções dessa indústria, buscando sempre promover aquilo que escapa, que se distancia dos pressupostos convocados pelo cinema comercial, mas não apenas estas como também aquelas produções que mesmo realizadas pelo *mainstream* a luz da história se mostraram obras relevantes e de grande influência. Tornada cibercinefilia, essa forma de se relacionar com o cinema ganha em alcance, mesmo que a manutenção de espaços independentes de produção crítica sobre o cinema perca força ao longo do tempo, novos surgem a todo o momento e podem representar a primeira manifestação pública de muitos cinéfilos. Muitos destes, residentes em localidades distantes dos grandes centros, que antes se viam limitados as produções que chegavam em sua cidade, agora por meio de espaços na internet como o MKO tem acesso a milhares de filmes e podem se conectar com pares e reproduzir no ambiente online a experiência dos debates promovidos pelos cineclubes.

A cibercinefilia celebra a diversidade, o engajamento em uma postura crítica. Atuando em espaços que se revelam lugares de resistência, onde é possível arregimentar uma cinefilia marcada pela autonomia na busca por conteúdo e produção crítica. Em um momento em que o mercado de audiovisual amplia seus tentáculos na internet, com o crescimento de serviços de assinatura de vídeo sob demanda, como o Netflix, com seu conteúdo majoritariamente hollywoodiano. Sendo assim, é importante para ampliar a diversidade de olhares que redes cinéfilas de sociabilidade arregimentem milhares de entusiastas, dispostos a refletir e compartilhar cinema.

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.



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

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CASTRO, Gisela. “Não é propriamente um crime”: considerações sobre pirataria e consumo digital. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 73-87, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2012.

COSTA JÚNIOR, Hélio Moreira da. **O onírico desacorrentado**: o movimento cineclubista brasileiro (do engajamento estético à resistência política nos anos de chumbo – 1928-1988). 2015. 255 f. Tese (Doutorado em História Social) – Curso de Doutorado Interinstitucional em História Social, Universidade de São Paulo/Universidade Federal do Acre, São Paulo.

FERREIRA, Rodrigo Almeida. **Consumo cinéfilo e o prazer da raridade**. 2010. 142 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

HILDERBRAND, Lucas. **Inherent vice**: bootleg histories of videotape and copyright. Durham: Duke University Press, 2009.

MEILI, Angela Maria. **Cinema na internet**: espaços informais de circulação, pirataria e cinefilia. 2015. 255 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PRYSTHON, Angela. Transformações da crítica diante da cibercinefilia. **Celeuma**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 72-83, 2013.

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

ROSENFELD, Anatol. **Cinema**: arte e indústria. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.

XAVIER, Ismail. **Sétima arte**: um culto moderno. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.