

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)



Comunicação, Jornalismo e Espaço Público

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C741	Comunicação, jornalismo e espaço público [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-491-7 DOI 10.22533/at.ed.917192407 1. Comunicação social. 2. Democratização da mídia. 3. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu Torres. CDD 303.4833
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

Atena
Editora

Ano 2019

APRESENTAÇÃO

A obra reúne pesquisas que contribuem para a elucidação do papel da comunicação na sociedade atual. Este e-book apresenta, inicialmente, a construção dos efeitos de sentido provocados pela notícia. O foco é voltado para a desconstrução da imagem social de outrem no sentido de negar a posição social ocupada pela vítima, diante da hierarquia estabelecida por seus respectivos papéis sociais.

Dentre os artigos, há o resgate da prática jornalística de um grupo de alunos e professores dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo no Projeto Rondon. O estudo apresenta uma discussão sobre a função social do jornalismo e traz o aprofundamento daquilo que é nomeado como jornalismo comunitário.

Nesta obra, também há o mapeamento da produção acadêmica brasileira acerca da Comunicação Pública, defendida e publicada em 2016, em nível de mestrado. O estudo toma a temática a partir de uma perspectiva mais ampla e é baseado nos documentos disponíveis na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) da CAPES.

Outros trabalhos avaliam os desafios do profissional de relações públicas no cenário contemporâneo. Nesse contexto, um dos estudos apresenta as contribuições desses profissionais como principais atuantes em estratégias de aproximação. A pesquisa analisa o *storytelling* como prática utilizada pelas grandes marcas para criarem vínculos com seus públicos consumidores.

Além do mais, há artigos que buscam identificar a representatividade feminina na mídia. Um deles observa a forma como as propagandas de produtos para cabelo retratam a mulher negra e a influência destes na construção da identidade. Outro, faz um comparativo entre os signos presentes nos comerciais com o objetivo de identificar as mudanças no discurso, levando-se em consideração a ascensão do empoderamento feminino ao passar do tempo.

Nesta obra, os estudos em *comunicação* social abrangem os principais campos de atuação na área. De suma importância, os artigos avaliam as principais transformações ocorridas ao longo dos anos e revelam um panorama da realidade social contemporânea.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A DESCORTESIA POR FUSTIGAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: EFEITOS DE SENTIDO NOS ATOS DE FALA	
Fabiana Meireles De Oliveira Rodrigo Leite Da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.9171924071	
CAPÍTULO 2	12
A REPRESENTATIVIDADE DA MULHER NEGRA NAS PROPAGANDAS DE PRODUTOS PARA CABELO	
Dandara de Fátima Arruda Regina Paulista Fernandes Reinert	
DOI 10.22533/at.ed.9171924072	
CAPÍTULO 3	26
A SUBJETIVIDADE INFANTIL REMODELADA PELAS INFLUÊNCIAS DO CONSUMO NA INTERNET	
Antonia Nirvana Gregorio Lima	
DOI 10.22533/at.ed.9171924073	
CAPÍTULO 4	37
COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA RECENTE EM NÍVEL DE MESTRADO	
Fábio Pelinson Fabiana Pelinson	
DOI 10.22533/at.ed.9171924074	
CAPÍTULO 5	49
ESTUDO COMPARATIVO: O TRATAMENTO DA CRÍTICA DE CINEMA NOS WEBSITES METACRITIC E ROTTEN TOMATOES	
Calvin da Silva Cousin Gilmar Adolfo Hermes	
DOI 10.22533/at.ed.9171924075	
CAPÍTULO 6	62
IDEOLOGIA, PODER E RESISTÊNCIA COMO CONSTITUINTES DE UMA EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO CENTRADA NA ANÁLISE DO DISCURSO	
Eduardo Cardoso Braga	
DOI 10.22533/at.ed.9171924076	
CAPÍTULO 7	74
JORNALISMO COMUNITÁRIO NO PROJETO RONDON: A PRÁTICA DE DAR VOZ À COMUNIDADE	
Caroline Maria Beccari Sônia Regina Schena Bertol	
DOI 10.22533/at.ed.9171924077	
CAPÍTULO 8	86
O EMPODERAMENTO FEMININO NAS PROPAGANDAS DA LIBRESSE: UMA ANÁLISE DE SEMIÓTICA DA TRANSFORMAÇÃO DE DISCURSO	
Bianca Zancanaro Schinaider Hilario Junior dos Santos	

Geovana Lazzarotto

DOI 10.22533/at.ed.9171924078

CAPÍTULO 9	97
O USO DO <i>STORYTELLING</i> COMO ESTRATÉGIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS NAS CAMPANHAS DE GRANDES MARCAS	
Miriam Martins Felisberto	
DOI 10.22533/at.ed.9171924079	
CAPÍTULO 10	109
ORGANIZAÇÕES AUTOPOIÉTICAS: REFLEXÕES SOBRE PRÁTICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO	
Jóice dos Santos Bernardo	
Maria Luiza Cardinale Baptista	
DOI 10.22533/at.ed.91719240710	
SOBRE A ORGANIZADORA	121
ÍNDICE REMISSIVO	122

ESTUDO COMPARATIVO: O TRATAMENTO DA CRÍTICA DE CINEMA NOS WEBSITES METACRITIC E ROTTEN TOMATOES

Calvin da Silva Cousin

Universidade Federal do Rio Grande
do Sul – UFRGS
Porto Alegre – RS

Gilmar Adolfo Hermes

Universidade Federal de Pelotas – UFPel
Pelotas – RS

RESUMO: A presente pesquisa apresenta um estudo comparativo entre os websites *Metacritic* e *Rotten Tomatoes*, que acumulam críticas – oriundas de outros veículos de comunicação – referentes a produtos culturais e determinam uma nota para tais trabalhos. Sendo a crítica um dos gêneros mais frequentes no Jornalismo Cultural, este artigo irá analisar o modo como os sites encaram a crítica voltada para o cinema, utilizando da análise de conteúdo, elaborada por Bardin (1977), e da análise comparativa de Durkheim (1985). Para tanto, é necessário discorrer acerca das funções da crítica cultural e do seu papel específico na indústria cinematográfica, além de explicar os distintos sistemas de avaliação que os sites utilizam. Conclui-se que ambos os sites objetivam ideias subjetivas, mas que o *Metacritic*, ainda que mais rígido na seleção de críticas, apresenta ferramentas que permitem a visualização mais completa das ideias complexas demonstradas

nos textos por ele acumulados, se comparado com o *Rotten Tomatoes*.

PALAVRAS-CHAVE: Crítica de Cinema; Jornalismo; *Metacritic*; *Rotten Tomatoes*.

COMPARATIVE STUDY: THE TREATMENT OF FILM CRITICISM ON THE METACRITIC AND ROTTEN TOMATOES WEBSITE

ABSTRACT: The present research presents a comparative study between the websites *Metacritic* and *Rotten Tomatoes*, that accumulate critiques - originating from other media - regarding cultural products and determine a note for such works. As criticism is one of the most frequent genres in Cultural Journalism, this article will analyze how websites view film-oriented criticism, using Bardin's (1977) content analysis and Durkheim's (1985) comparative analysis. To do so, it is necessary to discuss the functions of cultural criticism and its specific role in the film industry, in addition to explaining the different evaluation systems that the websites use. We conclude that both websites objectify subjective ideas, but *Metacritic*, even though it's more rigid during the selection of critiques, presents tools that permit a more complete visualization of the complex ideas demonstrated in the accumulated texts, when compared to *Rotten Tomatoes*.

KEYWORDS: Film Criticism; Journalism;

1 | INTRODUÇÃO

Tradicionalmente, o Jornalismo Cultural possui caráter criativo, crítico e, ao mesmo tempo, de divulgação das artes e das ciências humanas e sociais, ao tratar da produção, circulação e consumo de bens simbólicos pela população. Ele deve acompanhar e refletir sobre o sistema artístico-cultural, além de fortalecê-lo e auxiliar na construção de um público consumidor (GOLIN, 2009). Deste modo, um dos principais textos presentes na prática de Jornalismo Cultural é a resenha crítica. As críticas devem incluir uma apresentação das obras escolhidas, uma análise delas e a sua recomendação (ou não) (NASCIMENTO, 2009).

Com isto posto, o presente trabalho propõe analisar a maneira como a crítica de cinema é tratada por dois websites que agregam resenhas provenientes de variados veículos de comunicação, com a intenção de analisá-las e formar um consenso (através de uma nota) acerca da receptividade dos críticos em relação às obras cinematográficas. O *Metacritic* e o *Rotten Tomatoes* servem como uma espécie de processadores do conteúdo de jornais, ao coletarem as informações relativas às críticas em meio às entropias que existem devido ao webjornalismo. O formato facilita a navegação pela web atrás de opiniões especializadas (AMATRIAIN et al, 2009). Entretanto, ainda que ambos os sites tenham como principal objetivo orientar seus usuários sobre a receptividade de filmes recém-lançados, os métodos por eles utilizados para avaliar as obras (e, conseqüentemente, as resenhas angariadas) são bastante distintos e representam concepções diferentes sobre como a crítica deve ser utilizada e tratada dentro do Jornalismo.

Assim, será realizado um estudo comparativo entre os websites, com base em Schneider (et al, 1998) e Durkheim (1985), sem descartar a necessidade de uma análise de conteúdo (BARDIN, 2010) para decifrar as diferentes maneiras como as críticas são tratadas no cálculo das médias disponibilizadas pelas páginas, e a influência que elas buscam exercer sobre seus leitores. É preciso, em um primeiro momento, explicar o funcionamento dos sites: um breve histórico, sua organização gráfica, o método utilizado para selecionar as publicações e, principalmente, como são calculadas as notas – e o papel das críticas no processo. Após, a análise e comparação levará em conta a função que a crítica deve desempenhar no trabalho de divulgação e compreensão das obras audiovisuais, relacionada com a forma como o *Metacritic* e o *Rotten Tomatoes* se aproximam de tal prática, de modo a compreender a concepção de crítica de cinema que aparece nos sites e como são tratadas as opiniões dos profissionais da área.

2 | OS WEBSITES

2.1 *Metacritic*

O *Metacritic* é um website estadunidense que acumula críticas em inglês de distintas fontes sobre DVDs, programas de televisão, filmes, vídeo games e álbuns de música, além de produzir material próprio sobre a indústria do entretenimento (ainda que tal material não inclua resenhas). De acordo com as informações disponibilizadas pelo próprio portal, os fundadores do site – Jason Dietz, Marc Doyle e Julie Doyle Roberts – tiveram a ideia de inaugurá-lo em meados de 1999, quando elaboraram um sistema de avaliação que poderia unir diversas críticas, analisá-las e estipular uma nota para os produtos culturais examinados. Desta forma, o lançamento do site em 2001 possibilitou a estreia do *Metascore*, que calcula uma nota média entre as avaliações que renomados críticos de jornais impressos ou de web publicam. Conforme consta no próprio site, o seu objetivo é o de “ajudar os consumidores a fazerem decisões esclarecidas sobre como gastar seu tempo e dinheiro em entretenimento”. O *Metacritic*, ainda, é considerado por páginas como a *Game Revolution* e a *Gamasutra* como o principal agregador de críticas da indústria dos vídeo games.

Na página de cada produto avaliado, são disponibilizados resumos das resenhas consideradas e links que direcionam o leitor aos textos originais. O site possibilita que usuários também dêem uma nota e escrevam suas próprias críticas das obras, ainda que tais contribuições não sejam consideradas para o cálculo do *Metascore*, a avaliação de interesse deste artigo. Para determinar o *Metascore*, a equipe do site vasculha as críticas disponíveis nos veículos que constam em sua lista de publicações, analisa as notas atribuídas pelos jornalistas e as converte em uma escala de 0-100 (caso o crítico não dê uma nota para o trabalho ao longo de sua resenha, a equipe escolhe uma pontuação tendo como base a impressão geral que o texto passou). As notas individuais dos críticos, então, são calculadas juntas para gerar uma média geral. Este é o *Metascore*, ainda que a sessão de FAQs do site alerte que as notas concedidas por algumas publicações mais prestigiadas tenham um peso maior no cálculo final do que as demais. O *Metacritic* não revela quais veículos se encaixam na categoria de “mais prestigiados”.

Comparado com outros agregadores de críticas, o *Metacritic* considera um número reduzido de publicações, preferindo utilizar textos originários de veículos, tradicionalmente, renomados, barrando blogs e websites pessoais devido à qualidade inconsistente que estes podem apresentar. Além disso, o *Metascore* faria com que as avaliações individuais perdessem a importância caso um excesso delas fosse considerado. Para determinar as publicações utilizadas, a equipe do site analisa se elas são reconhecidas pela indústria, se produzem resenhas de qualidade e se estas são publicadas com frequência. Ainda, ao tratar das críticas de cinema, o site

considera publicações originárias de todas as regiões dos Estados Unidos, para que as preferências locais sejam respeitadas. Para um filme constar no *Metacritic*, é necessário que, ao menos, alguns dos veículos listados o critique, independente de seu lançamento ser em grande escala ou limitado.

Ainda que muitos críticos incluam uma espécie de nota em suas próprias resenhas ao analisarem um filme (seja utilizando estrelas, letras ou números), alguns optam por não avaliarem as obras quantitativamente. Nestes casos, a equipe do *Metacritic* compara o texto com publicações anteriores do mesmo autor (o site salienta que seus profissionais leem muitas críticas, de modo à melhor compreender o processo) para considerar, na escala de 0-100, qual é a nota que a obra merece. Dão preferência para múltiplos de dez, ainda que, ocasionalmente, notas como 75 sejam atribuídas. Caso algum crítico discorde da nota agregada à sua resenha, o site afirma que este deve entrar em contato com a equipe para que as alterações necessárias sejam feitas.

Na página de cada filme, o *Metascore* é exibido no topo da página dentro de um quadrado colorido, que será verde (para notas acima de 61), amarelo (para notas entre 40 e 60) ou vermelho (para notas entre 0 e 39). Uma nota entre 81 e 100 é considerada como “aclamo universal”; entre 61 e 80 como “críticas geralmente positivas”; entre 40 e 60 como “críticas mistas ou medianas”; entre 20 e 39 como “críticas geralmente negativas”; e entre 0 e 19 como “aversão generalizada”. Durante a conversão de notas de críticos que utilizam diferentes métodos de avaliação, são seguidos os seguintes tratamentos (Tabelas 1 e 2):

Escala de 4 estrelas
4 estrelas – 100
3.5 estrelas - 88
3 estrelas – 75
2.5 estrelas – 63
2 estrelas – 50
1.5 estrela – 38
1 estrela – 25
0.5 estrela – 12
0 estrelas – 0

Tabela 1 - Método de Avaliação (Estrelas)

Escala Alfabética
A ou A+ - 100
A-- 91
B+ - 83
B - 75
A-- 67
C+ - 58
C - 50
A-- 42
D+ - 33
D - 25
A-- 16
F+ - 8
F ou F- - 0

Tabela 2 – Método de Avaliação (Alfabeto)

2.2 Rotten Tomatoes

O *Rotten Tomatoes* é um agregador de críticas estadunidense que reúne textos relativos a cinema e séries de televisão. Lançado em doze de agosto de 1998 por Senh Duong (cujo objetivo era o de criar um website onde “as pessoas pudessem acessar resenhas de variados críticos dos Estados Unidos”), o site possui esse nome – traduzido como “tomates podres” – devido à antiga crença de que plateias que desaprovam uma peça de teatro irão atirar tomates podres no palco e nos atores. Cada filme/série de TV possui sua própria página, onde é listado um índice de aprovação (medido através do *Tomatometer*) e uma lista com as resenhas utilizadas para a avaliação, além de links que direcionam o leitor para os textos originais. Abaixo do índice, é mencionado o “consenso dos críticos”, um breve resumo, elaborado pela equipe do *Rotten Tomatoes* (a partir daqui, *RT*), da ideia geral que as críticas passam.

O *Tomatometer* avalia os produtos audiovisuais através de resenhas que são coletadas pela equipe do *RT*, incluindo aquelas veiculadas a grandes veículos ou as individuais escritas por críticos que participam de variados sindicatos de escritores ou de associações de críticos de cinema. Para serem consideradas no site, as resenhas originais devem possuir um determinado (e não divulgado) número de curtidas dos leitores em redes sociais. Existem, ainda, os considerados *top critics*, escritores renomados, com pelo menos cinco anos de experiência, que publicam em veículos que estão entre os 10% mais lidos ou em websites que contam com mais de 1,5 milhão de visitantes mensais. Após a análise das resenhas, a equipe do site

decide se elas são positivas (classificadas como “frescas” e indicadas com o ícone de um tomate vermelho) ou negativas (classificadas como “podres” e indicadas com o ícone de um tomate verde esmagado). O índice de avaliação é dividido da seguinte maneira:

- Filmes com amplo lançamento que apresentam entre 75%-100% de aprovação, contando com mais de 80 resenhas (sendo pelo menos cinco delas de *top critics*), recebem o selo de “atestadamente fresco”, que se mantém enquanto a aprovação for superior a 70%. Filmes com lançamento limitado necessitam apenas de 40 resenhas para obterem o selo, além das cinco dos *top critics*.
- Filmes com aprovação entre 60% e 100%, que não atendem aos requisitos previamente mencionados, são considerados “frescos” (o selo é idêntico ao atribuído às resenhas positivas).
- Filmes com aprovação abaixo de 60% são rotulados como “podres” (o selo é idêntico ao das resenhas negativas).

O site monitora todas as resenhas analisadas para cada filme e, então, calcula a porcentagem delas que é positiva. Blockbusters recentes podem acumular, até mesmo, trezentas resenhas. O site também permite que os usuários cadastrados avaliem as obras, originando uma nota distinta a do Tomatometer. Contudo, a avaliação por parte dos usuários é mais complexa do que a dos críticos, por, ao invés de se encaixar apenas como positiva ou negativa, contar com uma escala de nota de 0-10. Notas acima de sete são consideradas positivas.

Para constarem no *Tomatometer*, os críticos e os veículos onde seus textos são publicados devem preencher diversos requisitos. Para publicações impressas, é necessário que elas sejam um dos cem jornais diários (ou semanais) ou uma das cem revistas com maior circulação nos Estados Unidos, ou então uma das dez principais publicações sobre entretenimento no país, de acordo com os critérios do *Audit Bureau of Circulation*, da *The Magazine Publishers of America* e da *Association of Alternative Weeklies*. Para rádio e televisão, é necessário que as transmissões sejam feitas para toda a nação, além de, na maioria dos casos, disponibilizar as críticas via internet. Publicações online devem manter, ao menos, 500mil visitantes mensais únicos, de acordo com *comScore, Inc* ou os *Nielsen Net Ratings*, assim como suas resenhas devem apresentar uma média de, no mínimo, trezentas palavras, e também consistência no profissionalismo, qualidade e integridade editorial dos textos veiculados. Ainda, os sites considerados devem possuir um domínio particular. O RT também admite o trabalho de críticos que trabalham exclusivamente com vídeos, embora estes devam ser exibidos em websites ou blogs próprios (descartando portais como o *YouTube*) e contar com o número mínimo de 20mil inscritos, além de dois anos de publicações regulares.

3 | METODOLOGIA

O presente trabalho se baseia na noção de estudo comparativo, conforme exemplificado por Durkheim (1985). Na ótica do autor, o estudo das ciências sociais deve, por um lado, ser encarado como o estudo dos demais mecanismos biológicos, pelo fato da sociedade possuir uma lógica organizativa semelhante à dos grupos animais. Por outro, para compreender plenamente os organismos sociais, é preciso “desvendar suas conexões essenciais, formadas pelas relações de causalidade e de funcionalidade que lhe são inerentes” (SCHNEIDER et al, 1998, p.59).

Seguindo a lógica de Durkheim, para confirmar o status da sociologia como uma ciência, uma pesquisa comparada desempenha o papel de ponto médio entre a complexidade dos objetos de estudo em seu estado bruto e a possibilidade do conhecimento científico de estabelecer explicações de forma generalizada (SCHNEIDER et al, 1998). Desta forma, pode-se considerar que aspectos objetivos e pontuais encontrados nos objetos de pesquisa (como o número de críticas utilizadas e as notas disponibilizadas pelos sites), ao serem lançados sobre material de interpretação, de certo modo, subjetiva (as resenhas), justificam a categorização da pesquisa quanto estudo comparativo.

Para o autor:

Para que uma variação seja demonstrativa, não é necessário que todas as variações diferentes daquelas que comparamos tenham sido rigorosamente excluídas. O simples paralelismo de valores pelos quais passa dois fenômenos, desde que tenha sido estabelecido um número suficiente de casos bastante variados, é a prova de que existe entre eles uma relação [...] A concomitância constante é, pois, ela mesma, uma lei, seja qual for o estado dos fenômenos que restaram fora da comparação. (DURKHEIM, 1985, p.113-114)

Pela comparação de dois fatos sociais o estudioso pode estabelecer os dados fundamentais, a causa principal de seus efeitos e as consequências (SCHNEIDER et al, 1998). Para chegar à causa comum entre os fenômenos estudados, é preciso procurar, através da dedução, como um dos objetos pode produzir o outro e verificar o resultado da dedução com o auxílio de novas comparações. Caso a verificação seja bem sucedida, pode-se considerar a análise como terminada (DURKHEIM, 1985). Utilizando tal referencial teórico, se estabelece o plano para a análise.

Em um primeiro momento é realizado o levantamento de informações sobre os websites, com ênfase no processo de seleção das críticas utilizadas para calcular as notas concedidas aos filmes e o modo como é feito o cálculo. Ainda, é importante salientar as categorizações de qualidade que os veículos disponibilizam (“fresco”, “aclamo universal”, etc.). Terminado o levantamento, as características observadas no *Metacritic* e no *RT* devem ser transcritas e explicadas (conforme consta no capítulo 2 deste artigo). Após, deve-se listar noções gerais de Jornalismo Cultural e do papel do crítico na indústria cinematográfica. Tais noções ajudam a compreender as semelhanças e as diferenças entre os sites, além visualizar o modo como a crítica

é (ou deveria ser) tratada nas páginas. Para ilustrar as diferenças entre os métodos de avaliação adotados pelos objetos da pesquisa, foram escolhidos dois filmes: *Moonlight – Sob a luz do luar* (*Moonlight*, Barry Jenkins, 2016) e *Capitão América – Guerra Civil* (*Captain America – Civil War*, Joe Russo e Anthony Russo, 2016). O primeiro foi eleito por ter ganhado o *Academy Award*, o Oscar, de Melhor Filme na cerimônia de 2017 – celebrando os filmes hollywoodianos de 2016 –, enquanto o segundo obteve a maior bilheteria mundial daquele mesmo ano, com mais de US\$ 1,1bilhão.

Por sua vez, não se pode deixar de aproximar a pesquisa de uma análise de conteúdo, devido à sua estrutura e também ao modo como serão encarados os objetos de estudo. Seguindo a concepção de Bardin (2010), o trabalho se classificará como uma análise de avaliação, cujo objetivo é o de medir as ações do locutor (no caso, os sites) acerca dos objetos que ele utiliza (as críticas). Para a autora, trabalhos no formato são divididos em três etapas: a pré-análise, que engloba a organização e concepção do roteiro, incluindo a formulação das hipóteses e objetivos (especificamente, apontar as semelhanças e diferenças entre o *Metacritic* e o *RT*); a exploração do material, que indica o levantamento realizado sobre os sites; e, finalmente, o tratamento dos resultados obtidos e a interpretação, que serão apresentados a seguir.

4 | ANÁLISE

O Jornalismo Cultural se desenvolveu em conjunto com o crescimento urbano e trouxe, desde o início, o frequente uso da crítica, que originalmente era literária, mas evoluiu para englobar as demais manifestações artísticas que surgiam (FARO, 2006). Para se analisar a crítica de cinema e, conseqüentemente, o Jornalismo Cultural, é necessário compreender o que é cultura. O termo, por si só, pode ser encarado de diversas maneiras dentro da Antropologia, e os próprios jornalistas a encaram através de convenções formadas pela interação de forças sociais. Logo, “nas páginas de jornais se entende ‘cultura’ sobretudo como ‘as expressões artísticas’” (HERMES, 2015, p.150), ainda que seja pressionada por definições maiores.

Realmente, a palavra “cultura”, ao menos no Jornalismo, remete à arte e às suas modalidades. “Faz com que relacionemos, também, ao modo de vida de uma região do país ou do mundo, os costumes e os hábitos se diferem das demais áreas” (ALVES, 2013, p.9). Entretanto, “cultura”, na verdade, engloba todos os processos sociais e conhecimentos adquiridos pelos seres humanos quanto membros de uma sociedade. Para Warnier (2000), confundir as indústrias de cultura com a cultura em si é dar força para o imperialismo midiático dos países industrializados e menosprezar os que não são espetaculares o suficiente. Iniciando a análise por esta constatação, pode-se inferir que o *Metacritic* e o *Rotten Tomatoes*, ainda que tentem ser o mais democráticos possível em suas avaliações, são websites fundados por

estadunidenses e operados nos Estados Unidos, considerando apenas críticas em inglês (salvo exceções bastante raras, como ocasionais aparições da aclamada revista francesa Cahiers du Cinéma). Dessa maneira – e exigindo um número mínimo de críticas para que os filmes sejam avaliados, sendo que muitos filmes estrangeiros recebem lançamentos limitados na América do Norte – ambos os sites contribuem para o imperialismo de Hollywood entre a indústria cinematográfica. Tal atitude vai ao encontro da ideia de que o Jornalismo Cultural “é uma instância autorizada de consagração de alguns em detrimento de muitos outros, tendo relações privilegiadas com os agentes culturais” (HERMES, 2015, p.160).

Novamente, a resenha crítica é um dos principais gêneros textuais nesse tipo de Jornalismo. Entretanto, na contemporaneidade, a crítica entra em crise como formato de texto jornalístico, pelo fato de se acreditar que os produtos culturais não são mais passíveis de serem julgados (OSÓRIO, 2005). A arte não é mais concebida puramente de forma técnica e pode ser encarada por múltiplos ângulos, de modo que, entre a diversidade de pensamentos e opiniões sobre um mesmo produto e “na medida em que não temos certezas *a priori* sobre o que seja a arte, que se fazem necessários a crítica e o ajuizamento” (OSÓRIO, 2005, p.22). Os websites, ainda que sirvam para formar consensos sobre obras cinematográficas, contrariam tal noção, por atribuírem uma nota, algo extremamente objetivo, sobre material que deve ser encarado de forma subjetiva (e que, por sua vez, já julga outro trabalho que precisa ser visto da mesma forma).

É essencial que os críticos, para exercerem tal função, tenham aprofundado conhecimento da História da Arte e dos campos em que atuam, tendo consumido muitos de seus bens culturais, para que consigam compreender da melhor forma possível o que lhes é apresentado. Por exemplo, “um crítico de cinema frequentemente reconhece filmes do passado, o que lhe permite um jogo de comparações, intuitivas ou explícitas” (COLI, 1995, p.36). Ao exigirem que os jornalistas avaliados possuam experiência prévia na área da crítica, e leiam muitos textos do gênero, os sites agregam à noção de que é necessário conhecimento do campo para que os profissionais elaborem boas críticas e, conseqüentemente, material para ser utilizado nos portais.

Logo, passa a ser papel do crítico não puramente condenar ou enaltecer uma obra, mas compreender e levantar questionamentos e reflexões entre os leitores acerca do que estão consumindo, sem tomar uma postura inflexível ou se considerar um profissional acima dos outros. O Jornalismo voltado para o Cinema, especificamente, surgiu ao longo do século XX, e talvez seja um dos mais observáveis em cadernos de cultura, pelo fato da sétima arte ser uma das mais populares e viver em constante ascensão. O número de salas de cinema e de festivais está em expansão, aproximando o audiovisual do público e fazendo com que este encontre generoso espaço nas editorias de cultura (BALLERINI, 2015). Para julgar uma obra de arte, é “necessária uma disposição reflexiva, e até mesmo criativa, que ponha em movimento a imaginação, o entendimento e a sensibilidade” (OSÓRIO, 2005, p.37).

Desta forma, compreende-se que é importante se aproximar de forma humana das obras analisadas, levando em consideração os esforços que foram gastos para sua realização.

Neste ponto, as semelhanças entre o *Metacritic* e o *RT* diminuem. Ainda que o objetivo dos agregadores seja semelhante – auxiliar os usuários a se informarem sobre os filmes que irão consumir –, o modo de pontuar as obras é distinto. O *Metacritic* dá profundidade às críticas analisadas, com notas que variam de 0-100 (ainda que nem todos os números da escala sejam contemplados, conforme exposto no capítulo 2), enquanto o *RT* apenas as classifica como aprovações ou reprovações, privando a disposição reflexiva, conforme mencionada por Osório (2005), que as críticas devem apresentar. Ao simplesmente dizer que um filme é bom ou ruim, o site impede os leitores de compreenderem e refletirem a fundo sobre os materiais contemplados, reduzindo o trabalho dos críticos à sua concepção arcaica. Ainda na lista de divergências, o *Metacritic* dá preferência às resenhas publicadas em periódicos, enquanto o *RT* abrange páginas pessoais que, ocasionalmente, podem ser propriedade de um crítico amador (PRYSTON, 2013).

É fácil observar as diferenças entre os sistemas de avaliação ao comparar o tratamento que *Moonlight* e *Capitão América* receberam em cada um dos sites. *Capitão América* recebeu 90% de aprovação no *RT* e média 75 no *Metacritic*, enquanto *Moonlight* teve 98% de aprovação e 99 (em ambos os sites, foi o filme com melhor desempenho em 2016, recebendo a, até então, quarta maior nota da história no *Metacritic*). A classificação de *Capitão América* é especialmente interessante (*Moonlight* foi aclamado em ambos os veículos), pela discrepância entre as notas, que o encaixa, inclusive, em categorias distintas. 90% de aprovação entre 337 críticas lhe confere o selo de “atestadamente fresco”, a honraria máxima do *RT*, enquanto sua nota 75 – de 52 críticas – o coloca no segundo patamar do *Metacritic*, “críticas geralmente positivas”. Isso indica que os críticos, de modo geral, gostaram do filme, mas não acham que ele seja desprovido de falhas técnicas ou de enredo, reforçando a ideia de que o cálculo realizado pelo *Metacritic* leva em consideração a profundidade que as resenhas devem apresentar de forma mais proveitosa que o *RT*, que encaixa os textos em um sistema binário de bom/ruim, retirando a complexidade e a humanidade das críticas.

A nota de *Moonlight* foi semelhante nos dois sites (o 99 representaria quase que uma perfeição do ponto de vista crítico), mas o número de resenhas utilizadas para os cálculos, se comparado com os de *Capitão América*, revelam outra realidade na manutenção dos veículos. O premiado filme foi avaliado por 51 pessoas no *Metacritic* e por 280 no *RT*, consideravelmente menos do que o *blockbuster*. O controle das publicações utilizadas no *RT*, embora rígido, é mais abrangente do que o do outro website, possibilitando que diversas páginas pessoais publiquem suas resenhas, uma vez que a internet é um meio que possibilita à crítica resgatar seu papel social, por ela estar cada vez menos presente em jornais tradicionais (CARREIRO, 2010).

Sendo uma pequena produção, que não faz parte de uma franquia e trata de temas com relevância social (a vida de um jovem gay negro), *Moonlight* não foi visto pelo mesmo número de pessoas que *Capitão América*, recebendo menos avaliações. Os arrasa-quarteirões, com suas bilheterias bilionárias, são assistidos por mais pessoas e isso faz com que mais críticos tenham a oportunidade de escrever seus textos, pelo fato de que muitos dos que publicam na web são, na realidade, cinéfilos semi-amadores, amantes de filmes que gostam de ler e escrever sobre eles, mas que raramente conseguem fazer dessa atividade uma profissão (CARREIRO, 2010). Para Rubens Ewald Filho (in BALLERINI, 2015), a internet possibilitou que todas as pessoas publiquem suas próprias críticas de cinema, fazendo com que até mesmo grandes veículos entrassem em crise com seus profissionais, com as demissões sendo frequentes. Ainda, os exageros na fotografia e na trilha sonora das grandes produções contribuem para a construção de significados próprios dentro da própria obra, ao contrariarem as noções de Bernadet (1985) de que os elementos técnicos de um filme devem ser sutis, para não distraírem o público do enredo e da evolução dos personagens – tal prática, além das campanhas publicitárias, torna os *blockbusters* mais acessíveis. Além disso, é importante observar que no *Metacritic*, com seu sistema de seleção menos flexível, o número de resenhas referentes aos dois filmes foi quase igual, pelo fato de que a crítica profissional em grandes jornais deve contemplar as pequenas e as grandes produções, na tentativa de ser um espaço de análise (e divulgação) democrático.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou uma comparação entre o modo como a crítica de cinema é retratada nos websites agregadores de resenhas *Metacritic* e *Rotten Tomatoes*, enaltecendo suas semelhanças e diferenças. Os veículos coletam os textos de maneira semelhante (ainda que o controle do *Metacritic* seja mais rígido) e os utilizam para gerar uma nota para as obras audiovisuais, com o objetivo de guiar o usuário sobre o consenso formado pelos críticos em relação aos trabalhos, em meio às entropias causadas pelo webjornalismo. Contudo, ainda que a intenção seja semelhante, o mecanismo utilizado pelos sites escancara as diferentes maneiras como a atividade crítica é encarada em cada um.

Com o *Tomatometer*, o *RT* considera as críticas analisadas como positivas ou negativas, ranqueando a receptividade dos filmes através de uma porcentagem de aprovação (acima de 60% são filmes “frescos”, abaixo são filmes “podres”) e simplificando a análise e reflexão que devem constar nas resenhas, que precisam fugir do padrão de meramente enaltecer ou condenar uma obra (OSÓRIO, 2005). O *Metacritic*, por sua vez, utiliza de um número menor de textos, mas não ignora a pluralidade de opiniões (observável em sua tentativa de considerar críticos de todas

as regiões dos Estados Unidos) e avalia os filmes em uma escala de 0-100, abrindo espaço para variados níveis de aclamo e aprofundamento por parte dos profissionais.

Desta forma, conclui-se que o objetivo e a existência de ambos os websites é louvável, ainda que o *Metacritic* se aproxime de maneira mais satisfatória das concepções contemporâneas de crítica de cinema. Espera-se, com este trabalho, que alguns dos métodos existentes na internet para gerar um consenso entre críticos tenham sido desmitificados, para auxiliar os leitores no consumo do conteúdo e a compreender a significância da crítica de arte no Jornalismo Cultural.

REFERÊNCIAS

ALVES, Carolina Padilha. **JORNALISMO CULTURAL E A INDÚSTRIA MUSICAL: UMA ANÁLISE DA REVISTA BILLBOARD BRASIL**. Trabalho de Conclusão de Curso [da] Universidade de Passo Fundo. Passo Fundo, 2013, 32 p.

AMATRIAIN, Xavier et al. The wisdom of the few: a collaborative filtering approach based on expert opinions from the web. In: **Proceedings of the 32nd international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval**. ACM, 2009. p. 532-539.

BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo Cultural no Século 21**. São Paulo: Summus, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**.(1977). Lisboa (Portugal): Edições, v. 70, 2010.

BERNADET, Jean-Claude. **O que é cinema?** São Paulo: Brasiliense, 1985, p.31-60.

CARREIRO, Rodrigo. História de uma crise: a crítica de cinema na esfera pública virtual. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**, v. 7, n. 2, 2010.

COLI, Jorge. **O que é arte?** São Paulo: Brasiliense, 1995.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Editora Nacional, 1985.

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. **Comunicação & Sociedade**, v. 28, n. 46, p. 143-163, 2006.

GOLIN, Cida. Jornalismo cultural: reflexão e prática. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte (org.). **7 Propostas para o Jornalismo Cultural**. São Paulo: Miró Editorial, 2009, p.23-38.

GOMES, Regina. Crítica de Cinema: História e influência sobre o leitor. **Revista Crítica Cultural**, v. 1, n. 2, p. 18-21, 2006.

HERMES, Gilmar. Jornalismo cultural: uma concepção dinâmica. In: NEGRINI, Michele; FIEGENBAUM, Ricardo Z. (org.) **Olhares sobre o Jornalismo**: concepções, processos e inserção social. Florianópolis: Insular, 2015.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin do. **Técnicas de redação em jornalismo**: o texto da notícia. São Paulo: Saraiva, 2009.

OSÓRIO, Luiz Camillo. **As razões da crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

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

SCHNEIDER, Sérgio et al. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 2000.

ÍNDICE REMISSIVO

C

Comunicação 3, 4, 24, 26, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 60, 74, 82, 83, 84, 85, 108, 109, 119, 121

Comunicação pública 37, 40, 41, 47, 48

Consumo 26, 35, 36

E

Empoderamento feminino 86

I

Identidade 12, 24, 73

Ideologia 11, 72

Internet 26

J

Jornalismo 3, 4, 26, 49, 50, 55, 56, 57, 60, 74, 75, 77, 84, 85, 121

Jornalismo comunitário 74, 77, 85

Jornalismo cultural 60

M

Mestrado 37, 39, 40, 42, 43, 47, 48, 109

Mulher 5, 12, 15, 18, 24

P

Produção científica 37

Publicidade 4, 12, 36, 74, 96

R

Relações públicas 107, 108, 110, 119, 120

S

Storytelling 97, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-491-7

