

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ
UNOCHAPECÓ

Curso de Comunicação Social - Hab. Publicidade e Propaganda

LUANA FABÍOLA BRESCOVITZ

**DISTRIBUIÇÃO E EXIBIÇÃO DE FILMES BRASILEIROS: UM ESTUDO DE
CASO DA PLATAFORMA LIBREFLIX**

Chapecó – SC, 2019

LUANA FABÍOLA BRESCOVITZ

DISTRIBUIÇÃO E EXIBIÇÃO DE FILMES BRASILEIROS: UM ESTUDO DE CASO
DA PLATAFORMA LIBREFLIX

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
UNOCHAPECÓ como parte dos requisitos para
obtenção do grau de bacharel em Comunicação
Social - Hab. Publicidade e Propaganda. Prof.
Orientadora: Prof.^a Dra. Dafne Reis Pedroso da
Silva

Chapecó – SC, nov. 2019



UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ
Área de Ciências Sociais Aplicadas
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

**Distribuição e exibição de filmes brasileiros: um estudo de caso da plataforma
Libreflix.**

Luana Fabiola Brescovitz

Este Projeto de Pesquisa II, foi julgado adequado para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, sendo aprovado em sua forma final.

BANCA EXAMINADORA

Dafne Reis Pedroso da Silva

(Orientador(a) – Presidente da Banca)

Rodrigo Oliveira de Oliveira

(Membro da banca)

Hilário Junior dos Santos

(Membro da banca)

Chapecó, 28 de novembro de 2019.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a minha família, ao Lucas e aos meus amigos pela paciência, compreensão e carinho durante todo esse processo em que não estive muito presente. Por compreenderem a importância deste momento para mim e nunca deixarem de me apoiar, sempre contribuindo para deixar o processo mais leve.

Agradeço de forma especial a minha orientadora Dafne, por todo apoio desde o início, pela paciência e pelas longas conversas que me ajudaram a encontrar um caminho quando. Admiro toda a sua dedicação como profissional, toda sua trajetória de vida me inspira muito a continuar estudando, pesquisando e compartilhando conhecimentos, espero poder te encontrar em outras pesquisas pela vida.

Por fim, agradeço também os realizadores da plataforma Libreflix por todo apoio e disponibilidade durante este ano, desde o primeiro contato até o envio e publicação dos questionários nas redes da plataforma, contribuindo muito para a realização e alcance da pesquisa.

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo analisar como a plataforma de vídeos online e gratuita Libreflix se constitui enquanto janela de distribuição e exibição do cinema brasileiro. Os objetivos específicos tratam de entender o perfil e motivações dos administradores, dos diretores das obras e dos espectadores, observando também as características do consumo de cinema, verificando deste modo a contribuição da Libreflix para o acesso ao cinema nacional. A pesquisa foi realizada através de um estudo de caso da plataforma, com a utilização de questionários estruturados online para a coleta de dados com espectadores, administradores da plataforma e diretores dos filmes disponibilizados, bem como a observação das molduras da plataforma. A partir desta pesquisa, pode-se concluir que a plataforma se constitui como uma janela de exibição de fácil acesso e credibilidade para os espectadores, produtores e diretores de cinema, ainda em processo de divulgação, que da sua maneira, contribui para que a distribuição e exibição dos filmes brasileiros aconteça de forma mais democrática.

Palavras-chave: Libreflix. Cinema brasileiro. Distribuição. Exibição. *Streaming*.

ABSTRACT

The research has the objective to analyze how the free online video platform Libreflix is constituted as a window of distribution and exhibition of Brazilian cinema. The specific objectives deal to understand the profile and motivations of the administrators, the film directors and the spectators, also observing the characteristics of cinema consumption, verifying that way the Libreflix's contribution for the Brazilian cinema access. The research was performed through a platform case study, using the online structured questionnaires for the data collected with the spectators, administrators and available film directors, as well as the platform frames observation. Through this research, was concluded that the platform constitutes itself as a easy access and credibility exhibition window for the spectator, producers and directors of cinema, still in process of divulgation, that in its own way, contributes to the distribution and exhibition of Brazilian movies happen more democratically.

Keywords: Libreflix. Brazilian cinema. Distribution. Exhibition. Streaming.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interface inicial da plataforma Libreflix	14
Figura 2 - Cenas dos vídeos “Audiovisual”	19
Figura 3 - “Séries” campanha da ANCINE	19
Figura 4 - Mapa de Complexos Cinematográficos no Brasil	21
Figura 5 - Evolução das salas de cinema por regiões	22
Figura 6 - Interface das plataformas Porta Curtas, CurtaDoc, Scapcine e AfrofliX	24
Figura 7 - Interface inicial da plataforma Retina Latina	26
Figura 8 - Interface da página restrita para o usuário cadastrado na Libreflix	28
Figura 9 - Representação da delimitação do espaço audiovisual	34
Figura 10 - Fluxograma metodológico da pesquisa.....	46
Figura 11 - Página inicial da Libreflix.....	52
Figura 12 - Classificação das obras em categorias específicas	54
Figura 13 - <i>Pop-up</i> de informações sobre a obra.....	55
Figura 14 - Janela de informações sobre as obras	57
Figura 15 - Apresentação dos responsáveis pelas obras e premiações.....	57
Figura 16 - Janela de reprodução de vídeo	59
Figura 17 - Espaço de <i>login</i> do usuário	60
Figura 18 - Espaço pessoal do usuário	61
Figura 19 - Nível de escolaridade dos espectadores.....	64
Figura 20 - Plataformas digitais mais acessadas pelos espectadores.....	66
Figura 21 - Frequência que os espectadores frequentam salas de cinema.....	67
Figura 22 - Plataformas de streaming acessadas pelo espectador	71
Figura 23 - Como o espectador conheceu a plataforma	73
Figura 24 - Momentos que os espectadores acessam a plataforma	78

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade média dos espectadores	63
Gráfico 2 - Outras formas de acesso ao audiovisual	71
Gráfico 3 - Frequência que acessa a plataforma.....	74
Gráfico 4 - Obras que impactaram nos hábitos dos espectadores	76
Gráfico 5 - Pertencimento aos movimentos das obras disponíveis	79

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Área de atuação profissional dos espectadores	65
Quadro 2 - Comentários sobre a frequência dos filmes nacionais em salas de cinema	68
Quadro 3 - Obras mais citadas pelos espectadores.....	75
Quadro 4 - Motivação dos espectadores para acessar a Libreflix	77
Quadro 5 - Classificação de ideologias políticas/ideológicas	80
Quadro 6 - Opinião dos espectadores sobre o cenário atual do cinema nacional.....	81
Quadro 7 - Motivações dos responsáveis pelas obras para disponibilizar na Libreflix	85

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	CONTEXTO ATUAL DO CINEMA NACIONAL	18
2.1	A PLATAFORMA LIBREFLIX	26
3	O CINEMA NO BRASIL	29
3.1	A HISTÓRIA DO CINEMA NO BRASIL	29
3.2	A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA	33
3.3	O CINEMA INDEPENDENTE, DE BAIXO ORÇAMENTO E DE BORDAS NO BRASIL	36
4	CIBERCULTURA, ATIVISMO DIGITAL, PIRATARIA E CINEMA	39
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
5.1	MÉTODOS PARA OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA PLATAFORMA	44
5.2	APRESENTAÇÃO DO FLUXO METODOLÓGICO	45
6	OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA PLATAFORMA	47
6.1	AS CARACTERÍSTICAS DA LIBREFLIX EM TERMOS DE PROPÓSITO E COLABORAÇÃO	47
6.2	OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DAS MOLDURAS DA PLATAFORMA	50
6.2.1	Página inicial	51
6.2.2	<i>Pop-up</i> de visualização da obra	55
6.2.3	Informações sobre a obra e player de vídeo	56
6.2.4	Janela de reprodução de vídeo	58
6.2.5	Página de <i>login</i> do usuário	59
6.2.6	Página do usuário cadastrado	60
6.2.7	Novas produções	61
7	ANÁLISE DOS RESULTADOS: PERCEPÇÃO DOS ESPECTADORES E DIRETORES	63
7.1	PERFIL DO ESPECTADOR DA LIBREFLIX	63
7.1.1	Hábitos de consumo do espectador	66
7.1.2	Relação com a Libreflix	72
7.1.3	Percepção sobre o cenário atual do cinema	81
7.2	PERCEPÇÃO DOS DIRETORES RESPONSÁVEIS PELAS OBRAS	84
7.2.1	Percepção dos diretores sobre o cenário atual do cinema no Brasil	88
8	CONCLUSÕES	90
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	93

REFERÊNCIAS	94
APÊNDICES	98

1 INTRODUÇÃO

A história do cinema no Brasil é marcada por diversas fases. Ainda nos anos 1980, os cinemas de rua começaram a ser substituídos pelos formatos atuais com as salas de exibição inseridas em *shoppings* e centros comerciais, com altos valores de bilheteria e concentrando-se em determinadas regiões do país, principalmente nas capitais, diminuindo o acesso da população ao cinema. O cinema nacional também viveu a maior crise da história, se reconstruindo através das leis de incentivo (SILVA, 2010).

O número de salas de exibição de cinema no Brasil ainda é limitado. Diante disso, os poucos espaços disponíveis são disputados entre filmes nacionais e grandes produções estrangeiras, as quais dominam a maior parte do calendário de exibição. Para os filmes nacionais independentes, se torna ainda mais difícil encontrar espaço para exibição de suas produções, os quais precisam buscar alternativas em festivais, mostras e cineclubes. Com a ascensão da cultura digital, os processos da indústria do cinema também são favorecidos, contribuindo para a rápida distribuição, divulgação e exibição das obras, nas plataformas de *streaming* online. A partir desse cenário, se estabelece como tema central da pesquisa a distribuição e exibição de filmes, o qual é delimitado com foco na distribuição e exibição online de filmes brasileiros na plataforma Libreflix.

A relação do homem em interação com a tecnologia está presente em diferentes marcos da história, sendo fundamental para o avanço do conhecimento e evolução das civilizações. A tecnologia não é vista apenas como algo digital, como é descrita muitas vezes, mas sim como as ferramentas criadas pela sociedade contribuíram para aprimoração do trabalho e para a sua modernização gradual. A busca pelo desenvolvimento de uma comunicação global desencadeou a criação de tecnologias que facilitaram a interação e promoveram a desterritorialização da informação. O acesso ao computador pessoal surgiu de uma ideia de “contracultura”, fazendo com que essa nova tecnologia deixasse de pertencer apenas as grandes empresas e para os profissionais, e chegasse para todos os indivíduos, os quais a partir deste momento iniciaram o processo de transformação deste espaço em um ambiente de comunicação e interação social (LEMOS, 2015).

O movimento social e cultural que acontece no ciberespaço “[...] não converge sobre um conteúdo particular, mas sobre uma forma de comunicação não midiática, interativa, comunitária, transversal, rizomática.” (LÉVY, 1999, p. 132). Uma das características da cibercultura é proporcionar o acesso a todos e de qualquer lugar, sendo

caracterizada também pela inteligência coletiva. As relações que acontecem no ambiente da cibercultura também acontecem no meio offline, mas em cada um dos casos acontece de uma forma específica para o meio em que estão inseridas. O mundo virtual pode não ser físico, mas não significa que não é real. Essas relações são transformadas nas mídias digitais, nas quais as atividades acontecem em intersecção ao digital.

Desde sua criação, o conceito de cinema passou por diversas transformações, deixando de ser observado apenas como atração em feiras ou como arte, e passando a ser visto como um produto mercadológico. Isso ocorre principalmente pelo surgimento de um mercado cinematográfico, o qual é dividido em três principais etapas: produção, distribuição e exibição. O mercado cinematográfico em contexto nacional, se construiu a partir das exibições de produções estrangeiras, devido a parceria de distribuidoras norte-americanas com os exibidores brasileiros, fazendo com que o espaço de exibição, desde o princípio, fosse tomado por grandes produções estrangeiras. Para compreender melhor essa relação, faz-se necessária a observação com foco nos conceitos de distribuição e exibição. Segundo Silva (2010, p. 63) a distribuição:

[...] articula os meios necessários para a divulgação e comercialização do filme nas diferentes janelas (sala de cinema, home vídeo, canais de televisão), nos diferentes territórios (nacionais, internacionais) e nos diferentes formatos (longa, média e curta-metragem, ficção, documentário e animação), fazendo a intermediação entre produtor e exibidor.

A exibição é a última fase da tríade de comercialização de um filme, na qual acontece o contato de mediação com o público. Inicialmente, os principais pontos de venda para as produções de cinema eram as salas de exibição, as quais possuíam um local exclusivo dedicado ao cinema, que aos poucos foram substituídas e sendo incorporadas aos complexos *multiplex*¹. Geralmente, o primeiro contato do público com o filme na sala de exibição pode ser um dos principais momentos e que definirá o sucesso do filme nos demais espaços de exibição. Esses outros espaços, surgiram com o avanço da tecnologia, da criação de meios eletrônicos e do ciberespaço, que proporcionam grande transformação nessa etapa.

As produções brasileiras, no entanto, começaram a surgir com maior destaque a partir da criação de empresas nacionais responsáveis pela distribuição do cinema. A criação da estatal Embrafilmes foi um dos primeiros marcos para o cinema nacional, sendo

¹ “Multiplexes são cinemas com mais de uma sala de projeção, construídas em torno de um foyer onde se localizam bilheteria e lanchonetes.” (MENOTTI, 2012, p. 55).

responsável pelo financiamento, coprodução e distribuição dos filmes nacionais, além de contribuir para o surgimento de uma indústria cinematográfica nacional. Com o surgimento das novas mídias de exibição, principalmente com a popularização da televisão, as estratégias de mercado que evidenciavam apenas as salas de exibição não eram mais consideradas eficazes. Diante disso, a partir dos anos 1990, o governo Collor extinguiu a estatal e todo o apoio governamental que existia ao cinema nacional, acarretando na maior crise da história do cinema e proporcionando as distribuidoras estrangeiras o controle das salas de exibição nacionais. Nesse contexto, em um cenário no qual a cultura do digital ainda não era presente no cinema, buscava-se encontrar formas alternativas de distribuição e exibição de filmes nacionais e independentes, acontecendo então a revitalização dos cineclubes, mostras e festivais, os quais foram responsáveis pela criação de um novo circuito, no qual as obras que não encontravam espaço nas salas *multiplex*², poderiam circular e encontrar o seu público (IKEDA; LIMA, 2012).

Como apresentado por Silva (2010, p. 71), o mercado iniciou a sua recuperação com a criação de leis de incentivo à cultura, que favoreceram a produção e exibição de diversos projetos audiovisuais. Porém, esse incentivo não abrange todo o território de produção nacional, se concentrando em regiões nas quais estão presentes as maiores produtoras, bem como as obras selecionadas, que possuem como critério o potencial de comercialização. Consequentemente, muitas obras são produzidas, mas não são todas que são exibidas nas salas.

Além da existência de uma cultura focada majoritariamente na produção, é preciso considerar também o fato de que grande parte dessas produções não encontra abertura nas mídias consideradas tradicionais, gerando um descompasso entre o volume de filmes produzidos e a distribuição e exibição desse conteúdo. (NUDELIMAN; PFEIFFER, 2010, p. 111).

Observa-se ainda que o objeto central de exibição das salas de cinema no Brasil, continua sendo os *blockbusters*³ norte-americanos, os quais possuem maior investimento de produção e a maior possibilidade de retorno com a bilheteria. Diante desse contexto, mesmo com o surgimento do formato *multiplex*, o número de salas e horários destinados à cota de tela para o cinema nacional vem reduzindo cada vez mais. As produções nacionais

² “O sistema multiplex não se reduz à variedade de salas em um mesmo cinema, ele é marcado também por características como: o lançamento das principais estreias em termos comerciais, a diversidade na opção de horários das sessões, diversidade na oferta da quantidade de títulos, o preço do ingresso mais elevado, cadeiras confortáveis, facilidade de estacionamento, alta qualidade de imagem e som etc.” (MELEIRO, 2010, p.33).

³ Filme de grande sucesso, popularidade, investimento e retorno financeiro.

que se encaixam nesse formato de exibição, geralmente são de grandes produtoras audiovisuais, com grande investimento em todas as etapas do mercado, ou seja, as produções de menor investimento e independentes não encontram espaço nas salas de cinema tradicionais, ou são exibidas de forma reduzida, não compensando o investimento de produção e não alcançando um público significativo. O acesso às salas de cinema tradicionais e comerciais ainda é limitado para a população, principalmente pelo alto custo e pela abrangência, por conseguinte, “[...] o mercado de vídeo on-line surge para solucionar, em parte, essa problemática, ao sinalizar possibilidades concretas de democratização do acesso” (NUDELIMAN; PFEIFFER, 2010, p. 111).

Assim como o surgimento e barateamento das novas ferramentas de produção de cinema, o advento das novas formas de distribuição e exibição também impactou de maneira significativa a indústria do cinema que, com o tempo, está se adaptando e desconstruindo o conceito de cinema como um espaço único de exibição de filmes. Essas novas formas de distribuição e exibição surgem com o desenvolvimento do ciberespaço e a modificação dos formatos midiáticos, que oferecem novas possibilidades para o cinema alcançar o seu público.

Um exemplo dessas novas formas de exibição, foi o surgimento do *home video* na década de 1980, se tornando uma opção econômica e viável em comparação às salas *multiplex*, colaborando para a consolidação de uma cultura de cinema caseira e uma diversificação no perfil do público consumidor. Como exemplo atual destas novas mídias, observa-se a ascensão da tecnologia *streaming*⁴, que acontece através do acesso facilitado à internet, sendo atualmente uma das principais formas de exibição de filmes e séries. A partir desse momento, a forma de consumir cinema também se modifica, o público tem a opção de escolher o que deseja assistir e quando deseja, sem estar condicionado apenas às obras exibidas nas salas tradicionais. Criando-se assim uma forma de ampliar o acesso ao cinema. Como aponta Ruy (2015, p. 67),

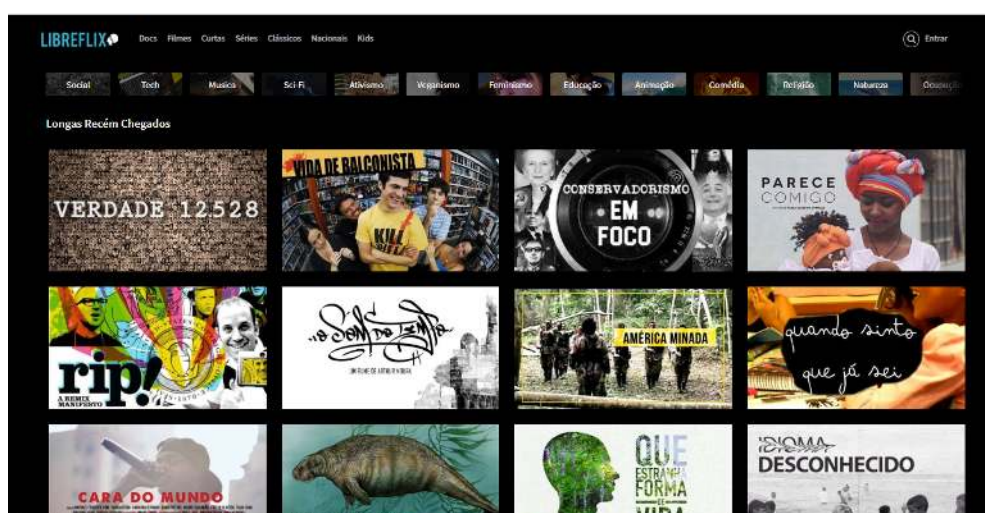
[...] percebe-se claramente que a multiplicidade de recursos e facilidades da revolução digital traz impactos significativos ao cinema. São reconfigurações de diversos parâmetros e que, em maior ou menor grau, vêm modificando a forma de se fazer e também de se ver filmes.

⁴ Formato de exibição online de vídeos ou áudios onde não é necessário o download do conteúdo.

No contexto de *streaming* nacional, observa-se a Libreflix⁵, uma plataforma de exibição de filmes e séries aberta, colaborativa e gratuita, que reúne produções independentes e de livre exibição a partir da junção das ideias políticas de *software* e cultura livre. Defendendo as novas formas de compartilhamento de cultura e aproximando os espectadores dos artistas e produtores, apoiando principalmente a cultura local, além de uma preocupação social com o conteúdo disponibilizado.

Contando com mais de 70 obras em seu catálogo, sendo 68 classificados com a tag nacionais, entre curtas e longas metragens, séries e documentários, a plataforma Libreflix possui mais de 30 mil usuários cadastrados e um acesso mensal de 85 mil pessoas em 2019⁶. Atualmente, utiliza como ferramentas de divulgação uma lista de transmissão no aplicativo Telegram, com 557 inscritos, uma página no Facebook com 4.900 curtidas e um perfil no Instagram com mais de 1.168 seguidores, meios pelos quais divulgam a inclusão das obras no catálogo, com uma breve sinopse convidando os usuários para assistir as obras e conhecer a plataforma. A partir da plataforma também pode-se ter acesso a um blog⁷, o qual não é atualizado com frequência, mas dispõe de conteúdos relacionados à plataforma e apresentação das funcionalidades quando atualizadas. Na Figura 1, observa-se a interface inicial da plataforma.

Figura 1 – Interface inicial da plataforma Libreflix



Fonte: Libreflix.org (2019).

⁵ Libreflix. Disponível em: <https://libreflix.org/>. Acesso em: 27 abr. 2019.

⁶ Informação obtida através de pesquisa exploratória e contato por e-mail com o criador da plataforma.

⁷ Libreflix Blog. Disponível em: <https://blog.libreflix.org/>. Acesso em: 31 out. 2019.

Tendo em vista o cenário atual da distribuição e exibição de cinema e a ascensão da tecnologia *streaming*, apresenta-se como problema de pesquisa: **Como a Libreflix se constitui enquanto janela de distribuição e exibição do cinema brasileiro?** E as questões de pesquisa que apoiam o problema são: Qual o propósito para a existência da plataforma? Como é vista pelos produtores e diretores dos filmes disponibilizados? Como se dá o consumo e acesso por espectadores da plataforma? Quais as características da plataforma digital?

A partir do propósito de responder tais questionamentos, estabelece-se como objetivo geral do presente trabalho **“analisar como a Libreflix se constitui enquanto janela de distribuição e exibição do cinema brasileiro, analisando seus objetivos e observando a sua contribuição para o acesso à cultura e para o circuito do cinema atual”**. Para isso, delineiam-se como objetivos específicos: (i) identificar como a plataforma se constitui em termos de propósito e colaboração; (ii) observar como os produtores e diretores dos filmes disponibilizados percebem a plataforma; (iii) verificar como acontece o acesso e quem são os espectadores e observar as características da plataforma.

Além de analisar o filme em sua relação estética e social, é preciso compreender o funcionamento e a estrutura da indústria do cinema, quais as etapas necessárias para o filme chegar até o público, e compreender o universo da distribuição e exibição. A partir do entendimento desses meios e principalmente, qual o papel da plataforma Libreflix como janela de distribuição e exibição no contexto do cinema brasileiro, podemos observar de uma forma mais clara o que pode ser aprimorado para que mais pessoas possam conhecer e ter acesso. Compreendendo a existência de um público para esse segmento de cinema e a aceitação para com essa nova forma de distribuição e exibição online e gratuita, institui-se a possibilidade de pesquisas e investimentos futuros nesse espaço.

Como contribuição para a área de pesquisa de cinema, observa-se que o estudo de cinema no Brasil ainda é focado principalmente na questão estética e de produção das obras. Na Unochapecó, por exemplo, o tema da distribuição de cinema nacional ainda não foi considerado por estudos anteriores. Em uma pesquisa prévia no Google Acadêmico por “distribuição de cinema”, observa-se que a produção de conteúdo e pesquisas mais recentes relacionadas ao tema datam o ano de 2015.

Uma das publicações encontradas nessa busca sobre a distribuição, a que mais se aproxima ao tema é o artigo “O cinema e a produção audiovisual: Um estudo preliminar

sobre as novas formas de distribuição na Internet” de Pêrgola (2003). O estudo em questão aborda a transformação na indústria do cinema com o surgimento de novas formas de distribuição on-line, contextualizando os responsáveis e mencionando as plataformas que existiam na época, das quais, apenas o PortaCurtas⁸ continua no ar e possibilita acesso livre e gratuito para mais de 11970 curtas e filmes de diversos temas em seu catálogo. Porém, em 16 anos essa indústria do cinema no Brasil passou por diversas transformações, principalmente pelo avanço tecnológico e pelas mudanças nos hábitos de consumo da população. Em uma nova consulta, com a entrada “cinema independente”, encontra-se 12 resultados, publicados entre 2015 e 2019, os quais abordam um pouco da história do cinema independente no Brasil e a definição do conceito.

Em relação ao cenário de *streaming*, destacam-se as recentes pesquisas realizadas por Kéliana Braghini sobre a Netflix, como o artigo “A convergência no contexto da midiatização: a Netflix como efeito” (2016) e a dissertação de mestrado orientada por Sonia Montañó em 2018, com o título “Atualizações da Netflix na internet: múltiplas flâneries”, a qual busca compreender a Netflix através de suas audiovisualidades.

Percebendo também como a publicidade interfere nesse segmento, pode-se considerar a atuação do profissional da área para contribuição com o processo de distribuição de cinema, uma vez que a etapa da divulgação consiste em uma das principais etapas de distribuição, utilizando de estratégias de comunicação e formatos de mídia diversos para tornar o filme público e atrair os espectadores tanto para as salas tradicionais de exibição, quanto para as plataformas online. Essas estratégias são fundamentais para a efetivação dos processos de distribuição, pois podem potencializar o alcance das obras no mercado de exibição. O Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda (Bacharelado) da Unochapecó, considera os diversos campos de atuação da Comunicação Social, estabelecendo como um dos objetivos “oportunizar uma formação multidisciplinar teórica, técnica e artística.” E em relação ao perfil do egresso, a “habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo com respeito à diversidade social”.

Quanto a motivação pessoal para a pesquisa sobre o tema, me coloco aqui em primeira pessoa, como espectadora do cinema nacional, busco compreender a sua história, o cenário atual e colaborar para a sua ascensão. Destacando uma relação especial com a

⁸ Disponível em: <http://portacurtas.org.br/>. Acesso em: 07 set. 2019.

plataforma Libreflix quanto a sua abordagem social e política, e principalmente em relação à democratização do cinema. Busco utilizar dos conhecimentos adquiridos no curso de graduação para contribuir para o desenvolvimento desse cenário. Também, desperto a partir deste momento, a motivação para continuar pesquisando e atuando na área do cinema.

2 CONTEXTO ATUAL DO CINEMA NACIONAL

Em Abril de 2019, a Agência Nacional de Cinema (ANCINE) suspendeu temporariamente os repasses para novas produções, alegando estar cumprindo solicitação do Tribunal de Contas da União (TCU), que por meio do Acórdão No. 721/2019, determinou que fossem avaliadas as formas de fiscalização de finanças. As atividades da ANCINE voltaram à normalidade somente em maio, com o novo Acórdão No. 992/2019 com o TCU. Segundo o jornal Folha de São Paulo⁹, o cenário gerado por essas indefinições de recursos “leva o setor a ponderar se o país não estaria à beira de voltar ao marasmo da era Collor”.

Nesse sentido, as políticas de fomento como a Lei Rouanet 8.313/1991 e a Lei do Audiovisual 8.685/1993, contribuem para o avanço das produções nacionais, além da geração de empregos e a movimentação da economia do país, entretanto, com o atual governo do presidente Jair Bolsonaro, estão ameaçadas à diminuição de recursos. Observando-se que ele já declarou ser contra essas políticas e anunciou em campanha que reduziria o valor da captação de recursos para a Lei Rouanet de 60 milhões para 1 milhão, bem como a transformação do Ministério da Cultura em secretaria, com pasta anexa ao Ministério da Cidadania, o que pode ocasionar a diminuição de investimentos no setor, devido a diferença de distribuição de recursos entre ministérios e secretarias.

Além disso, percebe-se que o cenário atual em relação ao público do cinema nacional também se encontra instável. Para reforçar a importância do Audiovisual brasileiro e romper os preconceitos criados sobre as obras nacionais, a ANCINE e a agência DM9DDB lançaram, em 2018, a campanha “Audiovisual brasileiro, mais do que você imagina”, na qual apresentam uma série de 5 vídeos sobre o audiovisual em geral, os jogos, o cinema, as séries e as animações nacionais, publicados em ambiente digital. Com o objetivo de mostrar que o audiovisual vai muito além do cinema e incentivar o público a conhecer melhor o segmento. Em uma sala, uma pessoa fala sobre o que acha sobre o assunto, apresentando os clichês em relação às obras nacionais, enquanto em uma tela atrás, são apresentadas notícias que mostram o real potencial do audiovisual, além de cenas marcantes de obras reconhecidas internacionalmente. As Figuras 2 e 3, a seguir, mostram respectivamente cenas do vídeo sobre audiovisual e sobre as séries nacionais; Na primeira

⁹ Folha de São Paulo. Entenda como a crise da Ancine pode paralisar o cinema brasileiro. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/04/entenda-como-a-crise-da-ancine-pode-paralisar-o-cinema-brasileiro.shtml>. Acesso em: 26 maio 2019.

imagem, o ator representa uma pessoa definindo o conceito de audiovisual, mencionando que “isso não dá dinheiro, não muda a vida de ninguém”, ao mesmo tempo, a tela mostra o título de uma matéria de 2016 do jornal O Globo, “setor audiovisual já gera R\$ 24,5 bi em renda para a economia”. Na segunda imagem, apresenta-se uma pessoa que critica as séries nacionais, mesmo alegando nunca ter assistido a uma obra, a qual comenta “não consigo imaginar uma série brasileira bem-feita” enquanto na tela uma notícia do Correio Braziliense de 2018 diz “séries brasileiras ganham o mercado das TVs aberta e fechada”, mostrando o reconhecimento que as produções nacionais possuem.

Figura 2 - Cenas dos vídeos “Audiovisual”



Fonte: Captura de tela da Página do Facebook da ANCINE¹⁰ (2019).

Figura 3 - “Séries” campanha da ANCINE



Fonte: Captura de tela da Página do Facebook da ANCINE¹¹ (2019).

Apesar da campanha mostrar que o audiovisual vai muito além dos clichês e dos que o julgam sem conhecimento, grande parte dos comentários dos vídeos no Facebook apenas reforçaram essa questão, concordando com o vídeo em relação aos preconceitos com o audiovisual nacional, mencionando de uma forma generalizada que as produções

¹⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/AncineGovBr/videos/326234498203157/> e <https://www.facebook.com/AncineGovBr/videos/247269676000935/>. Acesso em: 26 maio 2019.

¹¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/AncineGovBr/videos/326234498203157/> e <https://www.facebook.com/AncineGovBr/videos/247269676000935/>. Acesso em: 26 maio 2019.

possuem sempre a mesma estética, narrativa e gênero, além de criticarem a qualidade das obras e o investimento do governo do Brasil no audiovisual, julgando ser um gasto desnecessário.

Em contraponto aos comentários do vídeo da ANCINE e a crise que o cinema nacional começa a enfrentar em relação à captação de recursos, a 72ª edição do Festival de Cannes¹², considerado o festival de cinema mais importante do mundo, que aconteceu em 2019, foi marcada por destaques brasileiros. O filme “Bacurau”, de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, conquistou o prêmio do júri do festival, o terceiro prêmio mais importante da competição. Além disso, a obra cinematográfica “A Vida Invisível de Eurídice Gusmão”, do diretor cearense Karim Aïnouz, foi premiada como melhor filme na categoria *Un Certain Regard* do festival. O filme Bacurau também foi sucesso de público¹³ em seu lançamento pelo Brasil, que apesar da distribuição limitada pelo país, lotou as salas comerciais e alternativas em que foi exibido.

Segundo o Informe Anual Preliminar da ANCINE de 2018¹⁴, o público nas salas de exibição do Brasil totalizou 161 milhões de pessoas, um número 11,2% menor que em 2017. Porém, segundo os dados disponíveis no informe, o motivo dessa queda aconteceu pela performance dos filmes estrangeiros, pois os filmes nacionais tiveram um crescimento de 34,0%, número que foi impulsionado pela bilheteria do filme “Nada a Perder”, distribuído pela Paris Filmes, biografia de Edir Macedo, que totalizou 11.435.182 ingressos vendidos, tornando-se a maior bilheteria nacional de todos os tempos. Um dos motivos dessa grande bilheteria para um filme nacional, além da influência que a relação do filme com a igreja apresenta, é o número de salas para o qual o filme foi distribuído, 1.964 salas, sendo a produção brasileira exibida em maior número de salas em 2018, em 19º lugar no filme com maior número de salas para exibição geral no Brasil, os outros 18 filmes com maior distribuição ainda são estrangeiros.

É importante ressaltar, nesse caso, que em algumas notícias sobre a estreia do filme, foi apresentado o fato de que apesar dos ingressos vendidos, as salas de cinema estavam vazias. Conforme a matéria online do jornal Folha de São Paulo¹⁵ do dia 03 de

¹² Festival de Cannes 2019. Awards. Disponível em:

<https://www.festivalcannes.com/en/festival/palmares/allawards>. Acesso em: 07 set. 2019.

¹³ Omelete. Bacurau supera marco de meio milhão de público. Disponível em:

<https://www.omelete.com.br/filmes/bacurau-meio-milhao>. Acesso em: 20 out. 2019.

¹⁴ Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/informe-anual-preliminar-2018>. Acesso em: 07 maio 2019.

¹⁵ Folha de São Paulo. Filme de Edir Macedo, “Nada a Perder” tem bilheteria inflada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/04/filme-de-edir-macedo-nada-a-perder-tem-bilheteria-inflada.shtml>. Acesso em: 06 jun. 2019.

Abril de 2018, alguns espectadores disseram ter recebido ingressos gratuitamente na igreja. Em continuidade, o filme “Vingadores: Guerra Infinita”, por exemplo, distribuído pela Disney, foi exibido em 2.938 salas no Brasil. Na Figura 4, criada pela ANCINE, apresenta-se o mapa dos complexos cinematográficos em funcionamento do parque exibidor nos estados brasileiros. Em 2018, o parque exibidor do Brasil atingiu o maior número de salas de cinema desde 1975, com o total de 3.356 salas.

Figura 4 - Mapa de Complexos Cinematográficos no Brasil



Fonte: ANCINE (2018).

Como pode-se observar no mapa acima, a maior concentração de salas ocorre nos estados da região Sudeste e Sul do país. O cinema independente, diante da grande ocupação desses espaços pelas grandes produções nacionais e estrangeiras, não encontra espaço nessas salas, por isso “[...] as novas mídias se apresentam cada vez mais como uma alternativa à exibição dos filmes, podendo funcionar como instrumentos alternativos e viáveis de difusão do conteúdo independente produzido no país” (NUDELIMAN; PFEIFFER, 2010, p. 112). Na Figura 5 abaixo pode-se visualizar melhor a quantidade de salas por região e a evolução de 2011 a 2018, enquanto que na região Sudeste, constituída por 4 estados, o número de salas é 1.718, na região Norte, que representa 7 estados brasileiros, é de apenas 228, demonstrando a grande desigualdade de acesso entre a população das diferentes regiões do país.

Figura 5 - Evolução das salas de cinema por regiões

Região	Salas por ano								Participação 2018	Evolução 2011 a 2018
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Centro-Oeste	203	213	239	245	258	274	279	285	8,5%	40,4%
Nordeste	284	307	351	403	446	490	513	548	16,4%	93,0%
Norte	113	125	136	156	194	198	212	228	6,8%	101,8%
Sudeste	1.353	1.440	1.497	1.574	1.660	1.728	1.718	1.761	52,6%	30,2%
Sul	399	432	455	455	447	470	501	525	15,7%	31,6%
Total	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	3.223	3.347	100,0%	42,3%

Fonte: Informe Distribuição de Salas 2018 – ANCINE.

Diante deste cenário, um dos assuntos de grande repercussão no primeiro final de semana de novembro de 2019 foi o tema da redação do ENEM, na qual os estudantes deveriam dissertar sobre “Democratização do acesso ao cinema no Brasil”¹⁶. O tema surpreendeu muitos professores e estudantes, que previam a abordagem de outros assuntos, também sendo criticado por alguns estudantes que nunca tiveram a oportunidade de frequentar uma sala de cinema na cidade onde moram. Para auxiliar na construção da redação foram disponíveis textos motivadores, que abordaram os conceitos de cinema e a distribuição das salas de cinema de forma concentrada em determinadas regiões do Brasil, como apresentado anteriormente na Figura 5.

O serviço de *streaming* de filmes e séries vem se tornando cada vez mais popular no Brasil, ocupando aos poucos seu lugar no *home video*, que antes era caracterizado pela TV aberta, de assinatura e pelos aparelhos de DVD’s. A plataforma Netflix, por exemplo, que chegou ao Brasil em 2011, atualmente, produz e exhibe obras originais estrangeiras e nacionais, e observa o número de assinantes crescer todos os anos, sendo a maior plataforma *streaming* de vídeos do mundo. Após a popularização desse formato no Brasil, emissoras de televisão também estão aderindo ao *streaming*, como é o caso das plataformas Globoplay¹⁷, HBO Go¹⁸ e Telecine Play¹⁹, com produções e lançamentos exclusivos, que convergem o conteúdo da televisão com o online.

Outra empresa que investiu no segmento do *streaming* de filmes, séries, vídeos e músicas online em 2018 foi o Youtube, com o lançamento do Youtube Music e Premium, com um grande catálogo de músicas e vídeos sem a interrupção de anúncios, playlists personalizáveis, filmes e séries originais. Em setembro de 2019, o Youtube lançou no

¹⁶ G1. Tema da redação do Enem 2019 é 'Democratização do acesso ao cinema no Brasil'. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/enem/2019/noticia/2019/11/03/redacao-do-enem-2019-e-sobre-democratizacao-do-acesso-ao-cinema-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 04 de nov. 2019.

¹⁷ Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/>. Acesso em: 20 out. 2019.

¹⁸ HBO Go. Disponível em: <https://www.hbogo.com.br>. Acesso em: 20 out. 2019.

¹⁹ Telecine Play. Disponível em: <https://www.telecineplay.com.br/>. Acesso em: 20 out. 2019.

Brasil o Youtube Originals²⁰, possibilitando acesso gratuito à obras originais que até então eram limitadas ao serviço Premium e produzindo conteúdos originais brasileiros em parceria com canais populares, sendo o primeiro lançamento uma série documental com o youtuber e comediante Whindersson Nunes, intitulada “Whindersson – Próxima Parada”. Deve-se lembrar também, do acesso aos conteúdos audiovisuais que acontece por alternativas informais e muitas vezes ilegais, em sites piratas ou por meio da tecnologia IPTV, que transmite canais de televisão através do acesso à internet, em alguns casos sem a autorização das emissoras, transmitindo canais de televisão pagos, por exemplo.

Na última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua²¹ publicada em 2018, sobre o ano de 2017, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou que em média 70% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet. Em relação ao consumo da internet o percentual de utilização em domicílios permanentes subiu para 74,9%. Diante desse cenário, observa-se a oportunidade do cinema brasileiro em ocupar o espaço de distribuição online. No ano de 2018, iniciou-se a repercussão desse assunto em diversos espaços na internet, como é o exemplo da matéria do jornal Estadão, em seu espaço editorial destinado à cultura, do dia 10 de julho de 2018, com o título “O cinema nacional independente enxerga no *streaming* um novo caminho”²², em que o jornalista Matheus Mans faz uma breve análise do cinema nacional e independente, observando o cenário de distribuição e exibição online pela ótica dos produtores e empresas distribuidoras, e mencionando a Libreflix como uma das novas plataformas a conceder espaço para essas produções que fogem do cenário do cinema tradicional. Segundo Périgola (2003, p. 1),

A Internet é, por natureza, um meio em constante mutação, que cria e adapta sua tecnologia de acordo com as necessidades e desejos dos produtores e consumidores do entretenimento audiovisual. Isso colaborou para que a Internet se tornasse um dos meios mais baratos e eficientes para distribuição de filmes e vídeos hoje em dia, principalmente para produtores independentes, que podem atingir maior público sem que isso signifique necessariamente acréscimo aos custos.

Além da Libreflix, existem outras plataformas online que também exibem

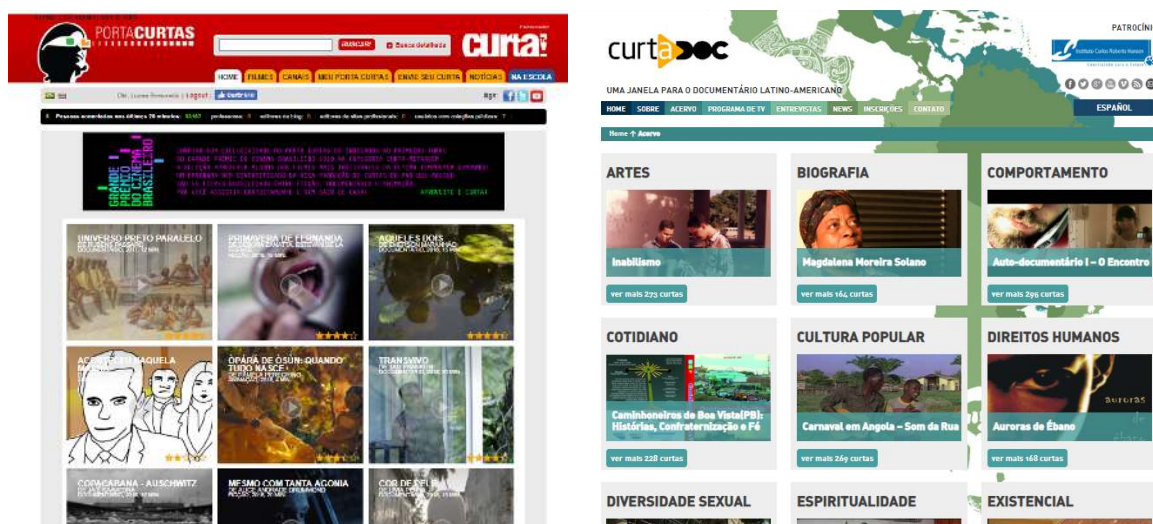
²⁰ MONTEIRO, Thaís. YouTube estreia Originals no Brasil. **Meio e Mensagem**, 25 de Set. de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/09/25/youtube-estreia-originals-no-brasil.html>. Acesso em: 26 out. 2019.

²¹ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101631>. Acesso em: 07 mai. 2019.

²² Estadão. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,cinema-nacional-independente-enxerga-no-streaming-um-novo-caminho,70002396444>. Acesso em: 07 abr. 2019.

gratuitamente produções nacionais, uma das mais conhecidas é o Portacurtas²³, portal brasileiro de curta-metragens, que reúne mais de 11970 obras em seu catálogo, apoiado pelo Ministério da Cultura do Brasil, pela Lei de Incentivo à Cultura, pela Locaweb e patrocinado pelo Curta! TV. Outro exemplo é o site brasileiro de curta-metragens CurtaDoc²⁴, espaço que desde 2011 proporciona acesso gratuito a documentários latino americanos, realizado pela Lei de Incentivo à Cultura, pelo Ministério da Cultura do Brasil e pela produtora Contraponto, também possui apoio de exibição do Portacurtas. Nesse cenário, também se destaca a Afroflix²⁵, uma plataforma gratuita, com obras que possuem pelo menos, uma área de atuação técnica/artística assinada por uma pessoa negra, contando com mais de 60 obras, entre documentários, filmes, séries, programas e clipes musicais. Uma das plataformas que mais se assemelha ao formato da Libreflix é a Scapcine²⁶, criada em 2017 em comemoração ao dia do cinema brasileiro, apresenta um catálogo com filmes, curtas-metragens (os quais representam a maior parte do catálogo) e séries nacionais de diversas épocas do cinema, de forma gratuita e com o objetivo de facilitar o acesso ao cinema nacional. Na Figura 5, abaixo, apresentam-se as interfaces iniciais das plataformas citadas.

Figura 6 - Interface das plataformas Porta Curtas, CurtaDoc, Scapcine e Afroflix

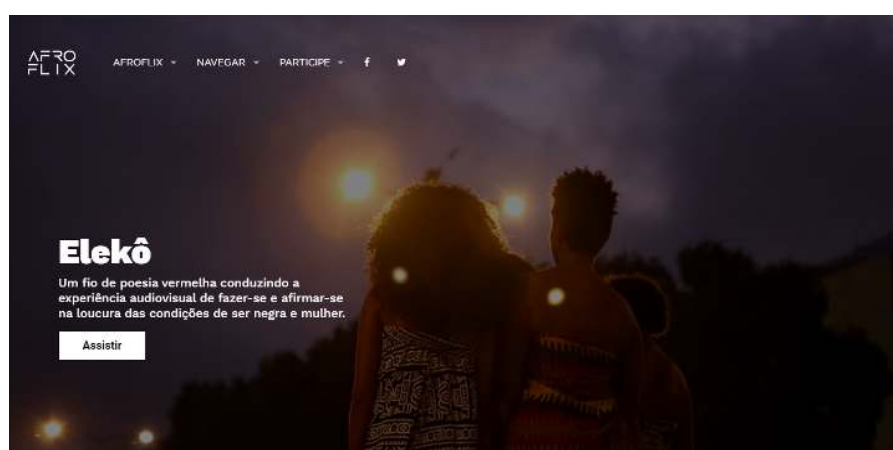
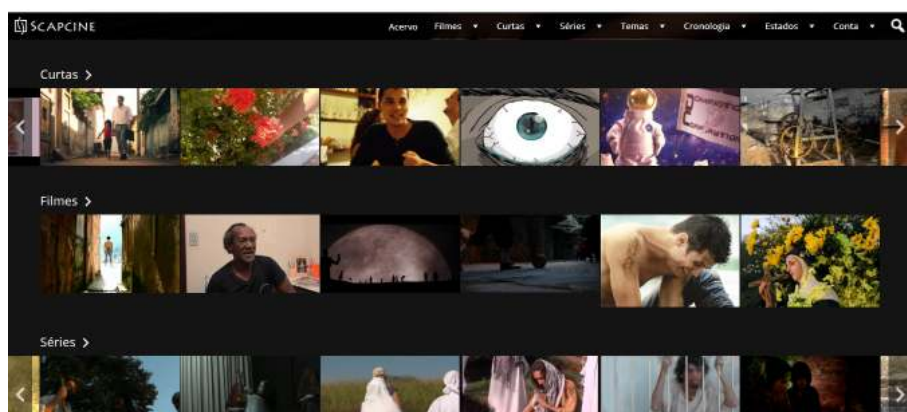


²³ Porta Curtas. Disponível em: <http://portacurtas.org.br>. Acesso em: 26 maio 2019.

²⁴ CurtaDoc. Disponível em: <https://curtadoc.tv>. Acesso em: 26 maio 2019.

²⁵ Afroflix. Disponível em: <http://afroflix.com.br>. Acesso em: 07 set. 2019.

²⁶ Scapcine. Disponível em: <http://www.scapcine.com/>. Acesso em: 26 maio 2019.



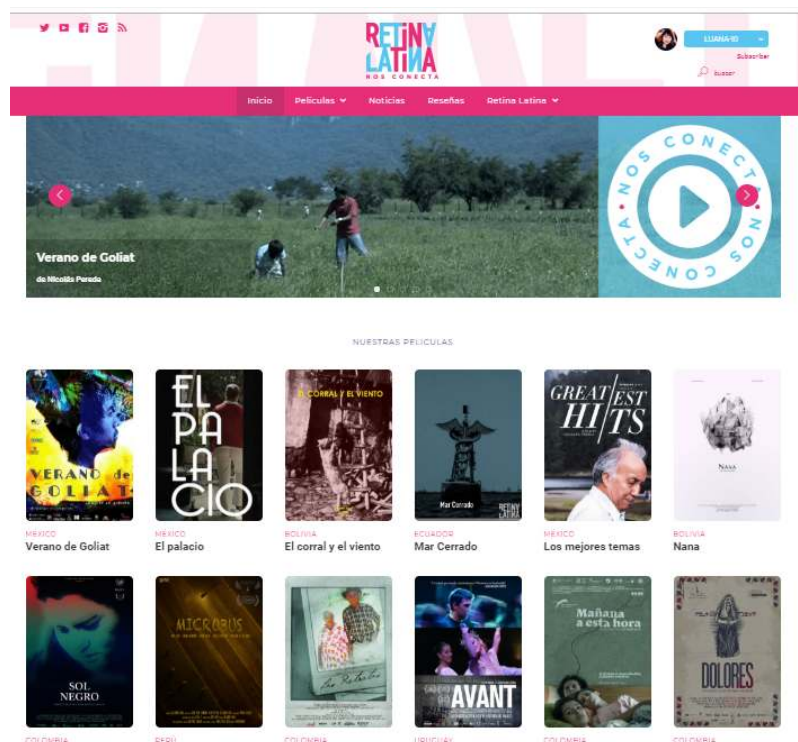
Fonte: Capturas de tela das interfaces iniciais das plataformas (2019).

No cenário da América Latina, a Retina Latina²⁷ se apresenta como uma plataforma online e gratuita, com quase 200 filmes e documentários do Chile, Bolívia, México, Equador, Uruguai, Cuba, Colômbia e Peru, com o objetivo de levar o cinema latino americano para o mundo, utilizando do ciberespaço para ultrapassar as barreiras territoriais que impedem que os filmes sejam apresentados fora de seu país, além de proporcionar espaço para as obras que não encontram lugar nas salas de cinema tradicionais. A Argentina possui uma plataforma exclusiva para o país, a CINE.AR Play²⁸, criada pelo Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA), com o apoio do Governo Federal e Ministério da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia da Argentina, exibindo mais de 600 filmes e séries nacionais em diversos dispositivos. Porém, diferente da Retina Latina, a plataforma não permite o acesso por outros países, é exclusiva para território argentino.

²⁷ Retina Latina. Disponível em: www.retinalatina.org. Acesso em: 26 maio 2019.

²⁸ CINE.AR Play. Disponível em: <https://play.cine.ar>. Acesso em: 26 maio 2019.

Figura 7 - Interface inicial da plataforma Retina Latina



Fonte: Captura de tela da interface inicial da plataforma Retina Latina (2019).

2.1 A PLATAFORMA LIBREFLIX

Criada pelo *hacktivista*²⁹ Guilmour Rossi em 2015, a plataforma Libreflix tem como um de seus objetivos possibilitar o acesso à produções que não possuem direitos autorais patrimoniais que proibam a sua reprodução e à produções que possuem autorização dos criadores para serem exibidas. A plataforma se constitui a partir da tecnologia de *streaming* de vídeo. De acordo com Rossi (2019, n.p., tradução nossa) “[...] o principal objetivo da plataforma de vídeo *streaming* é proporcionar uma experiência conveniente para assistir qualquer título, a qualquer momento e em qualquer dispositivo [...]”³⁰, por isso, além do navegador da *web* na versão *desktop* e pelo celular na versão *mobile*, a Libreflix também pode ser acessada por aplicativos disponíveis para Android e Windows.

A partir da contextualização do cenário online do cinema nacional, observamos que a Libreflix se apresenta como uma das poucas plataformas gratuitas com obras brasileiras, a

²⁹ Existem diversos conceitos para o hacktivismismo, sendo um deles “o uso não violento ilegal ou legalmente ambíguo de ferramentas digitais em busca de finalidades políticas. Essas ferramentas incluem invasões à web sites, redirecionamentos, ataque de negação de serviços, roubo de informações, paródias de web sites, manifestações virtuais, sabotagens virtuais e desenvolvimento de softwares. (SAMUEL, 2004, p.3, tradução nossa).

³⁰ “The main goal of a video streaming platform is to provide a convenient watching experience for any title, at any time, and on any device.” (ROSSI, 2019, n.p. tradução nossa).

qual é mantida através de financiamento coletivo. A primeira campanha de financiamento coletivo para a plataforma aconteceu em 2018, por meio do site Acredito.me, do mesmo criador da Libreflix, a ação atingiu a meta de R\$ 475,00 e possibilitou que a plataforma continuasse ativa em 2018. A campanha de financiamento de 2019³¹, a qual acontece no mesmo site e formato que o ano anterior, tem como meta o valor de R\$10.000, que será utilizado para o pagamento dos servidores, os custos de domínio do site, gastos com a infraestrutura, manutenção do site e melhorias no catálogo. Outras metas de mudanças para o ano de 2019 são:

- Melhor classificação e separação do acervo;
- Funcionalidades para a interação entre usuário e obra;
- Área de gerenciamento de conteúdo para usuários e moderação;
- Campo de busca mais avançado;
- Fornecer opções de legenda para o player de vídeo;
- Internacionalização básica e tradução da interface para espanhol e inglês;
- Funcionalidade para o download das obras;
- Versão offline para redes comunitárias;
- *Streaming* de vídeo via redes *peer-to-peer* (P2P).

Em setembro de 2019, a Libreflix também anunciou a inclusão do financiamento coletivo da plataforma no site de financiamentos Catarse³², atualmente a maior plataforma de *crowdfunding* e financiamento coletivo do Brasil. A opção disponibilizada nesse site é a contribuição mensal de R\$50,00, porém, ao clicar em “Assinar este projeto”, também são apresentadas ao usuário as opções de R\$5,00, com recompensa do nome do apoiador aparecer na página de colaboradores da Libreflix, R\$15,00 com a recompensa de recebimento do “mimos” a cada três meses e participação no grupo fechado do Telegram, no qual se discutem os rumos da plataforma e R\$30 ou mais, com todas as recompensas anteriores, o acesso às obras disponíveis em alta definição e ainda, a possibilidade de atrelar o nome à página de contribuidores no site e no repositório do código da página. Os objetivos de utilização do financiamento se mantêm para 2019 os mesmos apresentados anteriormente, sendo que alguns deles já estão em construção, como melhor interação entre usuário e obra, e outras já disponíveis, como as opções “Já vi” e “Favoritar”.

A plataforma é dividida por temáticas sociais (veganismo, social, ativismo,

³¹ Disponível em: <https://acredito.me/libreflix>. Acesso em: 26 maio 2019.

³² Disponível em: www.catarse.me/libreflix. Acesso em: 28 set. 2019.

feminismo, educação, religião e ocupação) e pelo gênero das obras (Sci-fi, tech, música, animação, comédia, natureza), além de uma primeira divisão geral das obras em documentários, filmes, curtas, séries, clássicos, nacionais e kids. Observa-se, em primeira análise do catálogo, uma relação entre as obras disponíveis, uma vez que as obras selecionadas apresentam temáticas sociais.

Para acessar a plataforma não é necessário cadastro, o espectador que deseja criar uma conta na Libreflix, pode cadastrar seu e-mail ou entrar com o link direto de sua conta no Facebook ou Twitter, na qual terá acesso à uma janela pessoal da plataforma, contendo as obras que o usuário assistir e as que considera favoritas. Para melhor visualização, apresenta-se na Figura 8 a interface desta janela.

Figura 8 - Interface da página restrita para o usuário cadastrado na Libreflix



Fonte: Captura de tela da interface inicial da plataforma Libreflix (2019).

As observações mais detalhadas sobre a construção da plataforma estão apresentadas no capítulo 6, observadas através da metodologia de molduras, bem como a apresentação dos objetivos dos administradores para a realização da plataforma.

3 O CINEMA NO BRASIL

Para melhor compreensão do contexto e de como o cinema se constitui no Brasil, apresenta-se neste capítulo um pouco sobre a história, os períodos que marcaram o seu desenvolvimento, a formação e características da indústria cinematográfica e os conceitos de cinema independente, de baixo orçamento e de bordas.

3.1 A HISTÓRIA DO CINEMA NO BRASIL

Alguns anos após a popularização do cinema no mundo, já era possível encontrá-lo no Brasil, em teatros, galpões e outros estabelecimentos. Entre 1896 e 1911, acontecia a bela época do cinema nacional, nesse momento o país acabara de ser instituído como república independente, e estava dando os primeiros passos de urbanização, inspirado fortemente pelas ideias europeias. Os filmes eram exibidos em diversos tipos de aparelhos para projeção. A primeira sala fixa de cinema no Brasil foi fundada por Pascoal Segreto, sendo ele também um dos primeiros produtores de filmes nacionais. Nesse período as salas de exibição ainda eram poucas, devido ao acesso limitado à energia elétrica no país. Diante disso, a partir da chegada da eletricidade, não apenas o número de salas, mas as produções cinematográficas e o comércio de cinema tiveram um aumento significativo (MORENO, 1994).

As produções nacionais eram caracterizadas por documentários e registros das cidades, enquanto os filmes estrangeiros estavam aperfeiçoando as técnicas de gravação de som, forçando os exibidores nacionais a importar os lançamentos estrangeiros, os quais poderiam gerar mais público e lucro para as suas salas, em compensação as produções nacionais. Após a invenção do gramofone, mais uma vez o cinema estrangeiro ganha destaque, com o surgimento do cinema falante. Já no Brasil, o cinema cantante chega apenas em 1909, mas através de cantores que dublavam as cenas atrás das telas de exibição (MORENO, 1994).

Nesse período as mesmas empresas eram responsáveis pela exibição e pela distribuição dos filmes, desse modo, os filmes eram importados e exportados muitas vezes pelos próprios donos de cinemas. Esse momento acontece antes da Primeira Guerra, quando os EUA ainda não possuíam monopólio da produção e principalmente da exibição

de cinema, configurando-se como uma das melhores épocas da cinematografia. Após a Primeira Guerra os EUA se aproveitaram do enfraquecimento europeu para tomar o mercado do mundo todo. No cenário brasileiro, os filmes norte-americanos tomaram espaço, a partir disso que, em 1920, iniciou-se o movimento para “obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais” (BALLERINI, 2012, p.18).

O cenário em relação a este monopólio de exibição norte-americano começou a mudar quando no governo de Getúlio Vargas, implementou-se a lei da obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais e criou-se o Ince (Instituto Nacional de Cinema Educativo). A partir desse período até os anos que antecedem a década de 50, começam a surgir os movimentos entre a classe cinematográfica nacional e se destacam as produções da Cinédia e da Atlântida, responsáveis pela movimentação de público e repercussão dos filmes nacionais, com ênfase na hegemonia das chanchadas³³ (MORENO, 1994).

Inspirada pelo neorealismo italiano, nos anos 60 e 70, iniciou-se uma nova era para o cinema no Brasil, o Cinema Novo. Com a “câmera na mão” e buscando a revolução, esse período proporcionou uma aproximação da população, que não pertencia à elite social, ao cinema. Principalmente pela falta de recursos para produção, o avanço criativo do cinema aconteceu, procurando alternativas, novas técnicas, estilos e linguagens, com influência do cenário pós-golpe militar. Neste momento as produções nacionais alcançam reconhecimento e premiações internacionais. O Cinema Novo também pode ser caracterizado

[...] como um projeto político que previa uma cultura audiovisual crítica e conscientizadora, construída por intelectuais militantes que questionavam o mito da técnica e da burocracia da produção, substituindo-o pela liberdade de criação e pelo mergulho na atualidade. (BALLERINI, 2012, p. 28).

O Cinema Marginal, também chamado de “Boca de Lixo” surge em um momento em que a censura acontece de forma mais rigorosa, demonstrando através das obras uma influência modernista e antropofágica. Com uma linguagem urbana, exibia a sociedade de consumo e as suas consequências, além disso protestava contra os circuitos comerciais e as grandes produções, mostrando o país daqueles que viviam às margens da sociedade.

Segundo Ikeda (2015, p. 13), em 1990, ao mesmo tempo em que o cinema nacional reconquista o direito à liberdade de expressão, as mudanças feitas pelo governo Collor, levando à extinção da Embrafilme, Concine e da Fundação do Cinema Brasileiro, deixam

³³ “A chanchada era uma comédia por vezes grosseira, repleta de números musicais com astros brasileiros, com enredo, na grande maioria calcados em filmes americanos de sucesso.” (MORENO, 1994, p.100).

“bastante comprometida a continuidade” da realização da atividade cinematográfica, resultando em um dos piores momentos da história. Ainda nesse governo, em 1991, através de mudanças internas de representantes de cultura, criou-se o Programa Nacional de Apoio à Cultura³⁴, demonstrando a reaproximação do Estado com a cultura. Nesse mesmo período foram criadas a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual, “[...] voltando a sinalizar a preocupação do Estado em promover, direta ou indiretamente, o conjunto das manifestações culturais no Brasil, estimulando a produção e difusão dos meios culturais em geral” (IKEDA, 2015, p. 23).

A lei Rouanet é desde então a principal ferramenta de fomento à cultura no Brasil, acontecendo por meio do patrocínio de empresas e pessoas físicas para diversas formas de expressão cultural, o qual é abatido do Imposto de Renda. Contribuindo também para o acesso à cultura, por meio de uma contrapartida social, na qual os projetos devem promover ações e distribuir ingressos gratuitos para a comunidade³⁵. Por outro lado, a Lei do Audiovisual, como o nome já identifica, é exclusiva para a atividade audiovisual nacional, sendo constituída como uma forma de investimento e não apenas patrocínio, como a Lei Rouanet. Neste caso, como menciona Ikeda (2015, p. 30), “[...] o investidor pode vincular sua marca ao material promocional da obra, e também nos créditos, como na tradicional operação de patrocínio”, além da garantia de direitos de comercialização da obra, característica essa que define esse formato de incentivo como patrocínio.

A partir deste momento, inicia-se o período chamado de “Retomada” do cinema nacional, no qual as produções voltaram a acontecer e o cinema brasileiro se destacou novamente. Um dos primeiros filmes desse período foi *Carlota Joaquina*, com roteiro, direção e produção da cineasta Carla Camurati, que mesmo sendo um filme de baixo orçamento, atingiu um público de mais de 1 milhão de espectadores. Esse período chegou ao fim em 2002, com o filme *Cidade de Deus*, com mais de 3 milhões de espectadores. (BALLERINI, 2012).

Outro fato importante para o cinema nacional acontece a partir de 1998, com a criação da Globo Filmes pela TV Globo. De forma nacionalista e buscando transformar o cenário do audiovisual nacional é, desde então, uma das responsáveis pelo aumento na produção e no alcance das obras nacionais, participando em mais de 200³⁶ filmes. A

³⁴ Programa responsável por captar e canalizar os recursos para o setor da cultura da Brasil.

³⁵ Secretaria Especial da Cultura. O que é a Lei de Incentivo? Disponível em: <http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br/>. Acesso em: 25 maio 2019.

³⁶ Globo Filmes. Quem somos. Disponível em: <https://globofilmes.globo.com/quem-somos/>. Acesso em: 25 maio 2019.

produtora é responsável também pelo crescimento do público consumidor de cinema brasileiro, a partir da produção e distribuição dos *blockbusters* nacionais. Segundo Ballerini (2012, p. 43), no ano de 2003 “[...] os espectadores que assistiram aos títulos coproduzidos pela Globo Filmes representaram 92% do público das produções nacionais daquele ano”. Uma das estratégias de sucesso utilizadas pela Globo Filmes é a utilização de “estrelas” da TV Globo para atuarem nos filmes, bem como o uso de narrativas e estéticas visuais empregadas em suas novelas, o que gera a identificação do público e facilita, conseqüentemente, no momento de divulgação. A empresa também desenvolveu estratégias comerciais que contribuíram para sua ascensão no mercado cinematográfico, por meio da disponibilização de espaço para divulgação dos filmes nos horários nobres da TV.

A partir dos anos 2000, inicia-se a consolidação de um novo modelo de incentivo, o modelo estatal, que diferente da Lei Rouanet e Lei do Audiovisual — as quais buscavam promover a retomada das produções — por meio da medida provisória MP nº2.228-1/01, “[...] buscava o desenvolvimento da atividade audiovisual no país na direção da autossustentabilidade, sendo claramente uma política de cunho industrialista” (IKEDA, 2015, p. 40). Em 2001, no final do governo Fernando Henrique Cardoso, por meio dessa medida provisória, foi criada a ANCINE, com a função de regular, fomentar e fiscalizar a indústria cinematográfica no Brasil. Fatores esses que contribuíram, naquele momento e contribuem até hoje, para o aumento significativo das produções nacionais. Em relação a isso, também é importante destacar que “[...] quando o cinema de um país depende de apoio financeiro do governo para sobreviver, os altos e baixos da indústria cinematográfica local geralmente se correlacionam com os altos e baixos das leis de incentivo nacionais.” (BALLERINI, 2012, p. 147). Um exemplo disso é o atual momento do cinema nacional apresentado anteriormente e a diminuição do apoio do governo ao setor. Porém, o autor também lembra que, apesar dessa questão, é difícil a visualização do cinema brasileiro como autossustentável, sendo que atualmente sem as leis de incentivo, com a dificuldade de alcance de público e bilheteria, a produção e distribuição de filmes sofreria muito prejuízo (BALLERINI, 2012).

Segundo Ballerini (2012, p. 77) atualmente, no século XXI, “[...] é impossível atrelar o cinema brasileiro a um único rótulo [...]” como foi possível com o Cinema Novo ou com o Cinema Marginal, o cinema atual é diverso, não existe uma única linha visual ou universo no qual as histórias são contadas. Principalmente, pela facilitação do acesso às tecnologias de produção, observa-se que o cinema pode ser encontrado nos mais diversos

espaços, sendo produzido das mais diferentes formas, gêneros e temáticas.

3.2 A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

O cinema, muito além de uma expressão artística, trata-se de uma indústria, a qual se divide em três níveis: produção, distribuição e exibição. De acordo com Silva (2009, p. 35), “O conceito de um mercado audiovisual corresponde ao espaço no qual circula a totalidade dos diferentes produtos elaborados com base na combinação imagem-som, destinados a diferentes mídias e formas de consumo.” Ainda, nas palavras do autor,

A tríade produção - distribuição - exibição deve ser entendida como o conjunto de atividades que correspondem aos campos fundadores do espaço audiovisual. São campos que se organizam em torno do mesmo bem simbólico, o filme, com o qual estabelecem relações diferenciadas, nas quais é possível observar interdependências ao lado de antagonismos e tensões. (SILVA, 2009, p. 29).

Na fase de produção acontece a filmagem da obra, na qual são determinadas as equipes, cenários e participantes. Nesse momento, ocorre a divisão de tarefas para as quais são estabelecidas três fases: pré-produção (roteiro, cronograma, busca por investimento, levantamento das necessidades, entre outros), produção (filmagem, contratação de equipe e elenco, registro de imagem e sons) e pós produção (edição das imagens e sons, montagem, efeitos especiais, finalização) (SILVA, 2009, p. 25-26). Para Creton (2008),

A atividade de produção consiste em reunir e implementar os meios artísticos, técnicos, humanos e financeiros necessários para a realização de filmes ou programas audiovisuais, para garantir a viabilidade. O produtor tem a missão de gerir a relação entre o mundo da criação artística e da lógica econômica. (CRETON, 2008, p.75, tradução nossa)³⁷.

Na fase da distribuição acontece o momento da comercialização efetiva do produto audiovisual, bem como a escolha dos canais para a exibição e meios de divulgação, com o objetivo de atingir o maior número de espectadores e obter um bom retorno de investimento de produção. O distribuidor estima o potencial dos filmes e elabora estratégias publicitárias para divulgação. Conforme Britz (2010, p. 91), “a distribuição cinematográfica voltada às salas de cinema envolve não só o lançamento de um filme numa

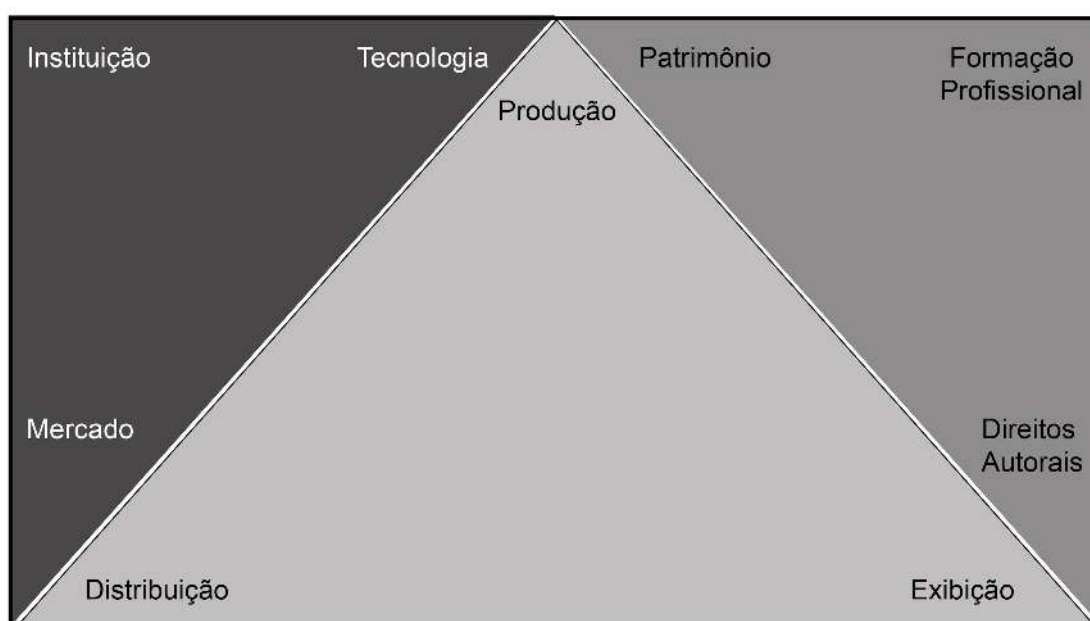
³⁷ No original: “L’activité de production consiste à réunir et à mettre en œuvre les moyens artistiques, techniques, humains et financiers à la réalisation de films ou de programmes audiovisuels, et d’en assurer la viabilité. Le producteur a pour mission de gérer la relation entre le monde de la création artistique et celui des logiques économiques.” (CRETON, 2008, p.75)

‘janela de mercado’, como também representa o primeiro e mais importante passo de sua comercialização”. Essa fase de divulgação é muito importante para instigar o público a assistir ao filme, “[...] por isso a propaganda e o marketing são determinantes para o “tamanho” e para o sucesso da distribuição de um filme.” (SILVA, 2010, p. 104). Nesse sentido, Ruy (2016, p. 103) nos diz que,

Na tríade produção-distribuição-exibição, as duas últimas esferas são as que concentram as disputas que trazem mais impactos à trajetória comercial de um filme. Para ter a chance de entrar em cartaz na sala de cinema, o filme primeiro precisa atrair o interesse do distribuidor que, na sequência, terá o papel de negociar sua inserção no circuito exibidor.

É na exibição que o filme se encontra com o real motivo de sua existência, o contato com público final. Essa etapa representa os meios pelos quais a obra é exibida, isto é, “[...] o exibidor cinematográfico é o proprietário das salas, tornando-se, assim, o elo entre o espectador e o produtor do filme. É ele quem faz o filme chegar ao público.” (BRITZ, 2010, p.133). O principal objetivo do exibidor de salas comerciais é o lucro final com a exibição, por isso a escolha dos filmes que entrarão em cartaz muitas vezes não acontecerá a partir de uma análise de cinema crítica e sobre a qualidade da obra, mas sim, a partir da escolha de produtos lucrativos, geralmente que se adequam aos interesses dos espectadores de uma forma geral.

Figura 9 - Representação da delimitação do espaço audiovisual



Fonte: (SILVA, 2009).

Na Figura 9 pode-se visualizar esta tríade do mercado cinematográfico, a qual apresenta-se como um dos triângulos de atividades do espaço audiovisual. A utilização do triângulo para representação destes núcleos ocorre, segundo Silva (2009, p. 23) “[...] em função da natureza e da interdependência das atividades de cada um dos agentes que atuam nos diferentes campos do espaço audiovisual”. Nesse espaço também se apresenta 2 tríades adjacentes que representam diferentes campos, a de mercado, instituição e tecnologia e a de patrimônio, formação profissional e direitos autorais. A produção se aproxima das questões de patrimônio e tecnologia, enquanto que a distribuição possui ligação direta com o mercado e a exibição com as questões que envolvem os direitos autorais.

A história da distribuição de cinema no Brasil é marcada pela atuação e domínio das *majors*, filiais de empresas norte-americanas que buscavam atingir um mercado global, as quais, em parceria com os exibidores nacionais, desde as primeiras salas de exibição até o momento, buscam a predominância de seus produtos, eliminando a concorrência e garantindo o seu monopólio. Uma das formas que facilitou ao cinema brasileiro o espaço nas telas foi a criação de legislações que exigiam ao exibidor a presença de produções brasileiras nas telas, começando pela obrigatoriedade de exibição de um longa-metragem estrangeiro acompanhado de um curta-metragem nacional em 1932, a de exibição de pelo menos um longa-metragem por ano em 1939, aumentando para três em 1946. Em 1951, estabeleceu-se a Lei 8x1, sendo obrigatório a exibição de um longa-metragem nacional a cada oito estrangeiros. Essa obrigatoriedade foi aumentando lentamente, sendo contada em dias por ano, chegando a 140 dias por ano em 1980 (MELEIRO, 2010).

Para o ano de 2019, foi aprovado um novo modelo para a aferição de Cotas de Tela, segundo a ANCINE³⁸, as aferições não serão mais feitas por dias, mas por sessões. Haverá um escalonamento da obrigação da cota, de acordo com o número de salas de um complexo exibidor, que será medida em porcentagens de sessões. Grupos menores devem possuir uma obrigação de cota menor e quanto mais salas detiver o grupo exibidor, maior será o percentual de obrigação de cota de tela.

Esse ciclo da indústria cinematográfica ocorre tanto para o filme que é exibido nas salas tradicionais de cinema, quanto para aqueles que serão exibidos nos formatos digitais. Atualmente, diversas produções já estão sendo feitas pensadas para o digital, sendo lançadas diretamente nas plataformas online, mas o processo e os setores da indústria ainda

³⁸ ANCINE. Câmara Técnica de Cinema define Cota de Tela 2019. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/c-mara-t-cnica-de-cinema-define-cota-de-tela-2019>. Acesso em: 19 maio 2019.

se mantém. Para o setor da distribuição, o digital contribui de diversas formas, configurando-se como uma das principais, a divulgação das obras, por meio de estratégias de alcance online facilitadas pelos sites e redes sociais. Para a exibição, “[...] o desenvolvimento tecnológico, sobretudo nas últimas décadas do século 20, proporcionou uma notável transformação do campo da exibição, com o surgimento de novos formatos, baseados em suportes e meios eletrônicos.” (SILVA, 2009, p. 28).

3.3 O CINEMA INDEPENDENTE, DE BAIXO ORÇAMENTO E DE BORDAS NO BRASIL

O cinema independente, de baixo orçamento e de bordas, são alternativas do cinema brasileiro que buscam espaço em meio às grandes produções, internacionais e nacionais. O termo independente pode ser considerado como algo distante, utópico, em relação ao cinema nacional, pensando que o conceito de independência representaria a autonomia do sistema, dos processos criados pela indústria, das *majors*. O termo independente geralmente é visualizado de forma ampla, muitas vezes usado sem distinção para se referir aos filmes de produtoras não populares ou que possuem baixo valor de investimento, porém, o conceito de cinema independente em si, segundo Ruy (2015, p. 26) “[...] para ser válido, perpassa uma série de condições além da dicotomia sistema – contra-sistema”. O cinema também pode ser conceituado independente quando existe a autonomia de criação, apresentando-se com obras mais artísticas, de autor e gêneros alternativos.

As produções de baixo orçamento, como cita Ruy (2015, p. 26) “[...] estão na contramão do mainstream”, sendo flexíveis para encaixar as produções no orçamento limitado, porém não podem ser definidos como uma categoria sólida de cinema. Para a autora, a “[...] definição do que é baixo orçamento depende do contexto do mercado cinematográfico em que cada filme é realizado” (RUY, 2015, p. 16). Em relação ao conceito de cinema de bordas, o qual tem suas origens na periferia, nas cidades interioranas que se distanciam dos padrões de produção estabelecidos nos grandes centros, geralmente representam o local de onde se originam, de uma forma alternativa e com um público mais segmentado. Outra definição para esse espaço de bordas, refere-se ao fato de que os filmes, “[...] em sua grande maioria, são feitos por realizadores interioranos e autodidatas, sem nenhuma formação acadêmica ou inserção nos circuitos reconhecidos pela crítica e pela mídia especializada.” (LYRA, 2018, p. 139). Ainda, de acordo com Lyra (2009, p. 39):

Os filmes periféricos de bordas, ainda que práticas situadas no território dos gêneros, não são apenas fruto da concepção de seus realizadores, mas sim de todas as circunstâncias que envolvem essa concepção. No estrato constituído por realizadores autodidatas, por exemplo, os filmes estão em perfeita sintonia com as comunidades em que são produzidos, bem como do imaginário dessas comunidades.

Como citado anteriormente, as produções nacionais aumentaram significativamente com o barateamento das tecnologias de gravação e edição de filmes, possibilitando que existam produções em diversos espaços, profissionais ou amadoras, com a utilização de um baixo orçamento. Com essas mudanças, segundo Ikeda (2018, p. 116), “[...] abriam-se mais oportunidades para a produção independente [...]”, e com o aumento das produções, os setores da distribuição e exibição muitas vezes não suportaram e continuam não suportando a continuidade do processo, principalmente pela falta de espaço nas salas de exibição e seu número limitado, as quais são ocupadas em sua maioria por grandes produções estrangeiras. Sendo assim, o cinema independente nacional iniciou a busca por exibição em espaços alternativos, como descreve Ikeda (2012, p. 155),

[...] esse movimento foi saindo das garagens para o mundo. Os festivais de cinema não conseguiam dar conta dessa produção. Abrigavam os “filmes respeitáveis”, que iriam resgatar a imagem de credibilidade do cinema brasileiro. A saída foi a exibição em cineclubes que começavam a pipocar em todos os cantos: nos porões, nas boates, nas escolas, nas ruas (nos becos, nas ratoeiras), até nas igrejas.

Os cineclubes foram de extrema importância para a divulgação e exibição do cinema nacional independente, possibilitando a discussão sobre cinema em espaços diferentes e contribuindo para a disseminação da cultura. Conforme Lyra (2009, p. 40-41), alguns filmes periféricos de bordas podem ser pensados como “[...] resultantes de um processo de articulações entre os meios de produção e as práticas cotidianas”. Nesse sentido, observando as possibilidades que as novas tecnologias forneceram à produção e consumo de cinema, “[...] a produção digital de filmes alterou muitas das condições que levaram à marginalização das iniciativas anteriores - a *web* fornece um ponto de exibição, levando o cineasta amador do espaço privado ao espaço público” (JENKINS, 2009, p. 200).

Como observado na etapa de contextualização, o acesso à internet também é significativamente maior que o número de salas tradicionais de cinema, ou seja, a internet possibilita o pensamento de que “[...] estamos vivendo o século da democratização do cinema, tanto para os espectadores quanto para seus realizadores” (BALLERINI, 2012, p.

85). No entanto, em relação ao conceito de democratização, deve-se levar em consideração que muitas pessoas no país não possuem acesso nem mesmo às necessidades básicas como a moradia, e, muitas vezes, o único acesso à internet possível é em locais públicos disponibilizados de forma gratuita, geralmente com velocidade e tempo de conexão limitados³⁹.

³⁹ Essa questão é discutida e apresentada no documentário Freenet, disponível na Libreflix, o qual apresenta a realidade do acesso à internet no Brasil, a relação com as políticas públicas, a liberdade e privacidade. (FREENET. Direção de Pedro Ekman. Disponível em: <https://libreflix.org/i/freenet>. Acesso em: 14 ago. 2019).

4 CIBERCULTURA, ATIVISMO DIGITAL, PIRATARIA E CINEMA

As tecnologias de informação e comunicação que surgem a partir dos anos 1970 apresentam uma nova forma de organização do processo de comunicação, não se encontrando apenas em um contexto unificado de mídia de massa. A partir desse momento, facilita-se o armazenamento de arquivos e dados, bem como a sua distribuição, ou seja, de forma global e independente, facilitando o surgimento de novas formas de compartilhamento e o acesso à informação. Apesar dessas transformações, as novas tecnologias não substituem as mídias existentes, mas coexistem em um processo de convergência. “A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.” (JENKINS, 2009, p. 43).

Diante disso, o usuário se torna parte ativa na construção do meio digital, através de suas interações e contribuições, criando assim um novo espaço de relações sociais e desmaterializando as relações do sujeito com o objeto, o ciberespaço. Para Lemos (2015, p. 123), o ciberespaço pode ser definido como “[...] um hipertexto mundial interativo, onde cada um pode adicionar, retirar e modificar partes dessa estrutura telemática, como um texto vivo, um organismo auto-organizante [...]”. Em leitura análoga, Lemos (2015, p. 128) afirma que o ciberespaço também se caracteriza como “[...] um espaço sem dimensões, um universo de informações navegável de forma instantânea e reversível[...]”.

Não se faz necessário estar em um espaço físico para sentir-se “em casa”, o ciberespaço a partir deste momento, torna-se um novo conceito de lar, promovendo com as novas tecnologias a possibilidade do nomadismo, no qual o indivíduo pode estar onde quiser e isso não afetará em suas relações sociais, característica que Lemos (2015, p. 140) define como “territorialidades simbólicas”, em que a formação dos grupos sociais podem ser concretizadas independente de barreiras territoriais.

A cibercultura “[...] forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico [...]” (LEMOS, 2015, p. 90). Com a criação das comunidades digitais, a democratização do acesso às tecnologias e o universo da informação não é mais restrito apenas para os profissionais da informática, mas para todos aqueles que desejarem interagir e pertencer a esse espaço. “A cibercultura vai, pouco a pouco, redefinindo nossa prática do

espaço e do tempo, particularmente no que se refere ao novo nomadismo tecnológico e as fronteiras entre o espaço público e o espaço privado.” (LEMOS, 2015, p. 220). De acordo com Martino (2015, p. 27), esse movimento também

[...] designa a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço. Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador - ou algum dispositivo semelhante - a outros computadores.

É importante ressaltar uma observação em relação a utilização da palavra cibercultura para esses conceitos. Erick Felinto (2011, p. 3) aponta que “[...] a questão central das novas mídias já não é a transferência do labor humano para as máquinas, mas sim a expansão do potencial criativo do homem através da tecnologias de informação e comunicação”. Ainda nas palavras do autor,

No lugar de uma relação de dominância do homem para com a máquina (ou vice-versa) poderíamos dizer que as apreensões mais recentes apresentam um acento simondoniano, ao promover uma visão do encontro entre o humano e o tecnológico nos moldes de uma parceria produtiva. (FELINTO, 2011, p. 6).

O movimento ou cultura *cyberpunk*, surge ainda antes da definição do termo cibercultura, através da ficção científica, “[...] caracterizando-se por uma visão negra ou distópica do futuro” (LEMOS, 2015, p. 191), expressando-se na cibercultura através da observação das novas tecnologias como uma possibilidade de manifestação contra o sistema de poder da sociedade, propondo uma cultura do faça você mesmo, da independência e ao mesmo tempo, do acesso livre a essas tecnologias. Para Lemos (2015, p. 198) “[...] *cyberpunk* não é só um conceito, mas consequência da síntese social, nascida nos anos 1980, pela mistura de cultura tecnológica e ativismo *underground*”. Além disso, o movimento também é marcado por uma estética futurista e *high tech* nas suas manifestações de moda e arte, de forma anárquica e mostrando as relações do homem em um universo conectado. “O estilo *cyberpunk* aponta para uma sinergia entre as tecnologias digitais do ciberespaço e a socialidade contemporânea” (LEMOS, 2015, p. 194). Essa cultura deu início ao universo de interação tecnológica pós-moderno, mostrando a possibilidade de utilização do ciberespaço e dessas novas tecnologias no cotidiano. De acordo com Amaral (2005),

O *cyberpunk* é apresentado enquanto um dos elementos definidores da cibercultura não só em termos artísticos (através de expressões como a literatura, a música, os quadrinhos, os jogos RPGs, etc). Como de uma postura em relação ao mundo, seja esta atitude encontrada na ética e no comportamento dos hackers e, conseqüentemente, na criação de ONGs como a EFF (Eletronic Foundation Frontiers) que pregam o livre-fluxo de informações e defendem os direitos do ciberespaço. (AMARAL, 2005, p. 24).

Um dos movimentos impulsionados pela cibercultura e esta relação de ativismo digital é o movimento pela Cultura Livre, do qual a Libreflix e os seus criadores fazem parte. Segundo Lessig (2004, p. 28), “[...] culturas livres são culturas que deixam uma grande parcela de si aberta para outros poderem trabalhar em cima [...]”, ou seja, o movimento defende a liberdade para utilização, compartilhamento e transformação de bens culturais por todos os indivíduos do ciberespaço. Assim como o *cyberpunk* que propõe o acesso democrático às tecnologias digitais; Seguidores de ambos os movimentos, atuavam e atuam para a concretização desses objetivos por meio do ativismo digital, colaborando para o surgimento de diversos espaços de compartilhamento de arquivos online.

Em um espaço sem limites territoriais, a possibilidade de compartilhamento criada pela globalização e pelo ciberespaço se encontra com a facilidade de atingir um grande número de pessoas. Com a internet, todos podem tornar-se criadores de conteúdo ou influenciadores, todos que habitam o ciberespaço podem participar na criação e na transformação da cultura. “A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente.” (JENKINS, 2009, p. 56).

Uma das questões levantadas diante desse cenário é em relação à propriedade e pirataria, desencadeando a criação de leis que determinam as relações da utilização da cibercultura para o conhecimento coletivo. Iniciou-se a partir de então a guerra contra a pirataria, fenômeno que foi impulsionado pelo compartilhamento de dados P2P⁴⁰, ou seja, ocorrendo diretamente entre computadores, na transmissão e recepção de dados. As questões de propriedade e pirataria encontram-se com a ideia da criatividade, da mixagem e compartilhamento da cultura. Em relação ao cinema, a guerra contra a pirataria existe desde o início da popularização da cibercultura que acontecia principalmente na janela de distribuição — “[...] o período de tempo observado pelas distribuidoras entre o lançamento de um filme no mercado de cinemas e sua estreia nos demais mercados” (BRITZ, 2010, p.

⁴⁰ O sistema Peer-to-Peer é uma tecnologia de compartilhamento de dados e acesso entre computadores, sem a necessidade de um servidor único, que ocorre de forma descentralizada.

88) — momento no qual, abre-se a “brecha” devido à demora dos filmes chegarem até a TV ou DVD, por exemplo. Nesse espaço, os filmes eram (e ainda são) disponibilizados online para download, por meio de sites piratas e não autorizados.

Importante situar o leitor de que o objetivo em abordar a questão da pirataria neste momento do texto se faz necessário para compreensão do impacto apresentado pela tecnologia *streaming* no contexto apresentado. Tal tecnologia surge como uma possível alternativa à pirataria, facilitando o acesso do espectador ao conteúdo audiovisual. Em relação a questão da liberdade no *streaming*, Rossi (2019, n.p), criador da Libreflix, sugere que

[...] só é possível a partir de aplicações (programas de computador, plataformas, acervos digitais etc) que sejam construídas seguindo as definições do software livre; quanto ao conteúdo, este deve ser passível de ser transmitido livremente pela internet, sem violar os direitos de cópia. Não obstante, tais acessos devem ser livres de cobrança ou outro tipo de barreira. (ROSSI, 2019, n.p).

Com a popularização e facilitação dos formatos de plataformas de vídeo *streaming*, todas as fases da indústria do cinema (produção, distribuição e exibição) podem ser favorecidas. Assim, “[...] a alta reprodutibilidade proporcionada ao produto audiovisual, potencializada pelo fenômeno da globalização, estabelece também uma nova ordem econômica na indústria cultural [...]” (SILVA, 2009, p. 63). Outro benefício é em relação ao alcance que esse formato possui, o qual desconsidera as barreiras territoriais, potencializando os objetivos da cibercultura. Como apresenta Ruy (2015, n.p)

Na sociedade contemporânea, o acesso à produção e à circulação de bens culturais dialoga profundamente com as possibilidades apresentadas pelas tecnologias de comunicação digital. Com a efervescência de um modelo pautado por novos modos de interação, no qual a figura do emissor passa a ser ao mesmo tempo descentralizada e pulverizada, também são atualizados os discursos sobre diversidade e democracia cultural.

Sendo assim, a cibercultura, o desenvolvimento das novas mídias e as tecnologias de *streaming* pode significar, como destaca Meleiro (2010, p. 104) “[...] uma alteração significativa nas características da indústria cinematográfica e do audiovisual, e para uma possibilidade real de democratização da produção e do consumo de vídeos”.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pode-se caracterizar esta pesquisa como de natureza básica, a qual segundo Gil (2018) tem como objetivo “[...] preencher uma lacuna no conhecimento [...]”. A construção deste trabalho aconteceu de forma exploratória, uma vez que, conforme palavras de Bonin (2011, p. 39), “[...] têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses [...]” e também, ainda nas palavras do autor, “[...] implica em um movimento de aproximação ao fenômeno concreto a ser investigado buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades” (BONIN, 2011, p. 39). As estratégias utilizadas para a construção da pesquisa são multimetodológicas, transcorrendo de forma distinta e complementar, as quais serão apresentadas e contextualizadas a seguir.

Para melhor compreensão dos objetivos e resolução dos problemas apresentados neste projeto, o método utilizado é o de estudo de caso. Segundo Martino (2018, n.p.), “[...] é a pesquisa feita a partir da análise de uma situação, escolhida a partir de critérios definidos, para responder às perguntas propostas nos objetivos do trabalho [...]”. Esse método também “[...] permite ao investigador identificar os vários elementos que constituem uma situação ou problema de modo a possibilitar que outros leitores tirem suas próprias conclusões” (DUARTE; BARROS, 2011, p. 234). A pretensão da utilização desse método acontece através da possibilidade de compreensão de um cenário ou objeto que proporciona, como cita Martino (2018, n.p.):

No estudo de caso, o olhar da pesquisadora se volta para uma situação, de certo modo, já delimitada. Um ponto central é a profundidade: deixando de lado qualquer perspectiva panorâmica, o foco é sobre uma única situação, procurando verificar todos os aspectos envolvidos, para, a partir daí, elaborar sua análise.

Para a obtenção dos **dados relacionados ao perfil e hábitos de consumo do espectador da plataforma**, utilizou-se do questionário estruturado online, o qual foi enviado através de publicação no Facebook e Twitter da Libreflix, pela própria página, e no grupo de discussões do Telegram, que conta com 131 membros, enviado pela pesquisadora. “Os questionários são um meio para reunir dados estruturados e não estruturados de entrevistados de maneira padronizada” (SOMEKH; LEWIN, 2015, p. 292). Outro meio de contato com os espectadores para envio dos questionários foi através de mensagem direta

para os espectadores que avaliaram a página no Facebook, entrando em contato direto com o perfil pessoal da autora. Nesse questionário, as questões foram estruturadas com o objetivo de compreender o motivo do consumo da plataforma, os hábitos do espectador em relação ao consumo de filmes nacionais, quais os tipos de obras que mais lhe interessam, qual a frequência e em quais momentos acessa a plataforma e se costuma compartilhar informações sobre com seu grupo social.

Para o alcance do objetivo específico, **observar como os produtores e diretores dos filmes disponibilizados percebem a plataforma**, também foi utilizado questionário estruturado online, através do seu envio direto para o email dos participantes, a partir da busca online do contato e pelas páginas oficiais das produções. Nesse questionário, foram apresentadas questões referentes ao objetivo dos responsáveis pelas obras ao disponibilizá-las no catálogo da plataforma, bem como o questionamento sobre a exibição anterior da obra em outros espaços.

Ambos os questionários, no primeiro momento, seriam estruturados através dos Formulários Google. Porém, ao ser observada uma possível relação dos espectadores e principalmente dos administradores da plataforma com o movimento de software e cultura livre, através da pesquisa exploratória inicial, na qual as primeiras informações foram coletadas com o criador da plataforma, identificou-se que devido ao boicote ao Google realizado por membros desses movimentos, a coleta de informações seria reduzida. Optou-se então pela utilização da plataforma online de questionários *Survio*, a qual dispõe de funcionalidades similares aos Formulários Google. Os questionários ficaram disponíveis para coleta de respostas desde o final do mês de agosto até o final do mês de setembro, obtendo um total de 65 respostas, sendo 54 respostas para o questionário enviado aos espectadores, 7 respostas dos responsáveis pelas obras e 3 respostas dos administradores da plataforma.

5.1 MÉTODOS PARA OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA PLATAFORMA

Um dos recortes da pesquisa para melhor compreensão dos objetivos é a observação da plataforma enquanto catálogo de filmes disponibilizados e as características que compõem as suas *ethicidades*, ou seja, como a plataforma é constituída e quais as relações de interação que ela permite ao usuário. A metodologia escolhida para ser utilizada como princípio norteador dessa observação foi criada por Suzana Kilpp (2010) e inspirada para

esta pesquisa por Sonia Montaña (2012) e Kélliana Braghini (2018), intitulada metodologia de molduras, a qual se caracteriza como:

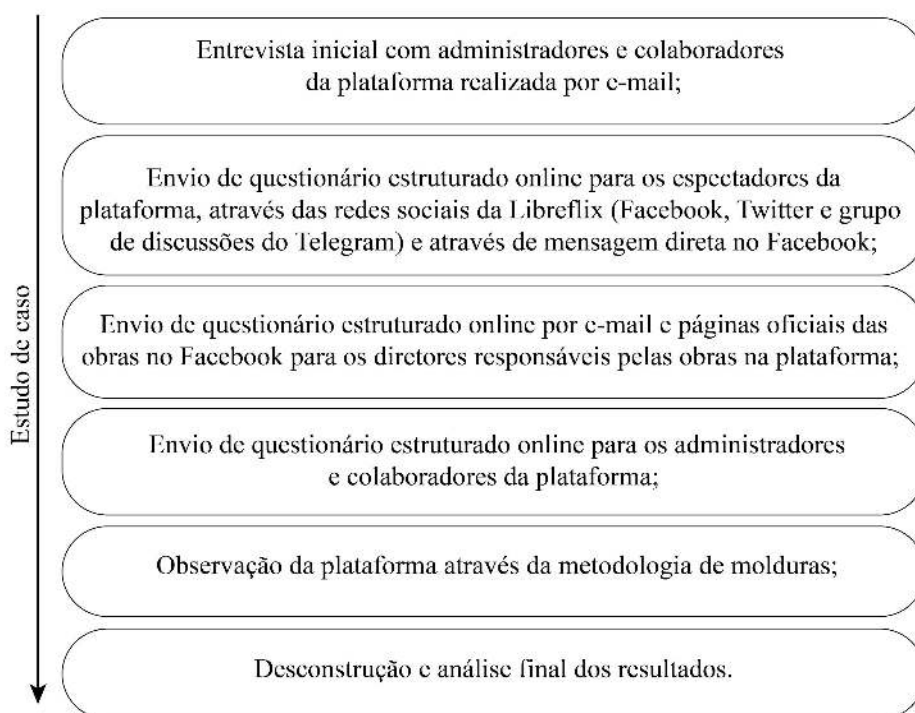
[...] um conjunto de procedimentos de análise de audiovisuais, que são articulados por uma conjunção de referências teórico-metodológicas, e que se orienta (e às vezes desorienta) pelo *rigor de princípios* epistemológicos, filosóficos, políticos e estratégicos. Ela articula *intuição, cartografias, desconstrução e dissecação*, ao mesmo tempo em que busca assegurar o rigor de um princípio ético-estético [...] de manter a pesquisa sempre em aberto; de autenticar linhas de fuga e inventar platôs – nós articuladores ou conexões entre as linhas –; de acessar e atualizar níveis da memória do objeto; sua duração, devir e potência. (KILPP, 2010, p. 27)

Sendo assim, a observação da plataforma aconteceu a partir de um roteiro, o qual foi desenvolvido considerando, através das molduras, as características da montagem da plataforma enquanto quadros de interface e de descrição, além do catálogo de obras disponíveis, suas definições e gêneros, temáticas, formatos e realizadores, entre outros aspectos. Considerando também a sua montagem temporal/espacial, a qual possibilita a melhor compreensão de como acontece o acesso e interação do usuário com a plataforma. Segundo Montaña (2012, p. 211) a metodologia das molduras “[...] opera sobre as imagens pela dissecação, um procedimento desconstrutivo, que dá a ver os sentidos produzidos e os mundos imaginados por cada mídia através de suas próprias técnicas e estéticas”.

5.2 APRESENTAÇÃO DO FLUXO METODOLÓGICO

Para melhor visualização dos processos metodológicos que foram utilizados para a construção desta pesquisa, apresenta-se a Figura 10, através de um fluxograma estruturado conforme a proposta de organização da metodologia.

Figura 10 - Fluxograma metodológico da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6 OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA PLATAFORMA

Neste capítulo estão apresentados os resultados e observações da plataforma, neste momento, buscou-se alcançar os objetivos de identificar como a plataforma se constitui em termos de propósito e colaboração, além de observar as características da plataforma. Desse modo, apresentam-se de forma integrada os dados obtidos através de pesquisa inicial exploratória, entrevista com o criador da plataforma, respostas dos administradores ao questionário e observação da plataforma através de suas molduras.

6.1 AS CARACTERÍSTICAS DA LIBREFLIX EM TERMOS DE PROPÓSITO E COLABORAÇÃO

A primeira etapa da pesquisa exploratória foi a busca de informações sobre sua criação e objetivos, a qual iniciou através do contato com o criador da plataforma Libreflix, Guilmour Rossi em março de 2019. Por meio de questionário aberto enviado por e-mail, buscou-se compreender quais as motivações para a criação da plataforma e qual o universo que inspira a sua existência. Com relação ao funcionamento da plataforma, buscou-se esclarecer como acontece a seleção das obras para o catálogo, questionando também sobre quem seria responsável pelo upload dos vídeos. Destacou-se nas questões a observação pessoal inicial sobre o diferencial da Libreflix, em relação às demais plataformas nacionais online gratuitas, quanto às temáticas das obras, as quais abordam questões políticas, sociais, de sustentabilidade e movimentos como o veganismo e o feminismo, questionando ao criador se existe uma pré-seleção para que as obras se adequem à temas específicos. Para complementar essa etapa, utilizou-se de um novo questionário estruturado online para obter respostas de outros colaboradores e administradores da plataforma referente a questão de pesquisa específica sobre **qual é o propósito para a existência da plataforma**, bem como compreender o perfil desses administradores, a sua relação com a plataforma e como observam o cenário do cinema brasileiro atual.

Para iniciar, destacam-se as motivações para criação e existência da plataforma, as quais, segundo o criador, acontecem pela união de ideias políticas do software e cultura livre, do desenvolvimento de um software colaborativo e de código aberto, dialogando com o significado de cultura livre em relação ao fomento e apoio às obras sem custo, mas respeitando os direitos das obras, que não podem ser baixadas ou reproduzidas sem

mencionar os responsáveis. Complementando essa questão, os outros 3 administradores também mencionaram como motivação para contribuir com a plataforma a sua ideologia, a liberdade, ética, o apoio ao movimento software livre e as iniciativas colaborativas.

No que se refere ao objetivo específico da pesquisa, pode-se observar que o propósito para a existência da plataforma é compartilhado entre os criadores e colaboradores, o qual se constitui a partir de um ideal político e ativista de ambos para o impacto nas formas de consumo e acesso, utilizando dos conceitos de cultura livre referentes a liberdade para utilização e compartilhamento de bens culturais por todos os indivíduos do ciberespaço. Esse propósito também demonstra uma das características da cibercultura, que a partir da construção de uma comunidade com interesses em comum, se institui no ciberespaço de forma ativa para o compartilhamento de informações.

Para iniciar a observação do perfil dos colaboradores que responderam o questionário, questionou-se qual a idade e o gênero pelo qual se identificam. Ambos colaboradores se identificam como homens, sendo que 1 possui menos de 20 anos, 1 de 20 a 25 e 1 de 25 a 30 anos, e atuam profissionalmente, nessa ordem, como Analista de Segurança da Informação, Desenvolvedor de Software freelancer e estudante de Segurança da Informação. Possuem, respectivamente, Ensino Médio Completo, Ensino Superior Incompleto e Ensino Superior Completo, o que pode significar que 2 dos respondentes são atualmente estudantes de áreas relacionadas à tecnologia e desenvolvimento de software. Buscou-se compreender também quais plataformas digitais os colaboradores costumam acessar, para essa questão, os 3 sinalizaram acessar o Telegram, 2 também acessam o Whatsapp e o Instagram e 1 acessa também o Facebook e Twitter.

Sobre a relação dos colaboradores com os movimentos abordados pelas obras disponíveis, os 3 mencionaram pertencer ao movimento software livre, sendo que 1 afirmou também pertencer ao movimento pela cultura livre e ativismo social, 1 ao movimento pela cultura livre e feminismo e o outro também pertence ao movimento de ativismo ambiental, social e veganismo, o que demonstra que ambos estão engajados em causas que se aproximam aos ideais da plataforma e à curadoria das obras disponibilizadas.

Questionou-se também quais funções desempenham na plataforma, os quais mencionaram ter atuado na discussão e implementação de tecnologias, no projeto, suporte, ajuda com dúvidas dos usuários, desenvolvimento de aplicativo para Android e também na submissão de obras, sendo que 2 contribuem com a plataforma desde 2018 e 1 desde 2019, não fazendo parte da criação e lançamento inicial do projeto em 2017.

Para compreender melhor a relação de consumo dos colaboradores com o cinema brasileiro, buscou-se neste momento compreender as opiniões dos entrevistados sobre o cenário atual do cinema nacional, os quais mencionaram sobre a “saturação” das produções em sua maioria, a pouca diversidade de conteúdo e temáticas apresentadas nas obras que circulam pelo circuito comercial, a ameaça em relação ao desenvolvimento do setor e das obras, resultante do corte de verbas realizado pelo governo atual, e um colaborador também classificou o cinema brasileiro como “elitista e burguês”, justificando que para produzir novas obras é necessário ter recursos próprios. Sobre o consumo de produções nacionais, dos 3 colaboradores, 1 assiste às obras nacionais mais de uma vez por semana, 1 em média uma vez ao mês e 1 apenas em ocasiões específicas, demonstrando que não existe uma relação próxima de ambos com o cinema nacional.

A partir da observação da Libreflix como uma plataforma de exibição e fomento de obras nacionais, com mais de 60 obras no catálogo, questionou-se aos colaboradores se além de contribuir com a plataforma, também eram espectadores. Sobre essa questão, 2 afirmaram ser espectadores e 1 disse ter assistido poucas obras. Além da Libreflix, 2 colaboradores afirmaram também consumir conteúdos da Netflix, 1 do Telecine Play, 1 do Youtube e 1 também mencionou acessar o Popcorn Time e Stremio.

Por fim, a última seção do questionário buscou compreender como o colaborador observa a plataforma. Inicialmente, procurou-se saber sobre o formato de financiamento coletivo utilizado para manutenção da plataforma, os quais responderam de forma positiva em relação ao assunto, mencionando estarem surpresos com a contribuição e engajamento dos espectadores para o crescimento da Libreflix. Sobre a colaboração da plataforma para a democratização do cinema nacional, os colaboradores também disseram acreditar ser positiva, pela plataforma contribuir para o acesso de pessoas que não poderiam pagar pelas obras, pela facilitação do acesso pela internet e pelo foco em produtoras e conteúdos independentes, proporcionando espaço para exibição de obras que não encontram espaço em outros formatos.

Através de uma questão estruturada pela escala Likert, de 1 a 5, sendo 1 “não concordo” e 5 “concordo totalmente”, questionou-se aos colaboradores se consideram a sua participação na Libreflix como parte de um movimento de ativismo digital. Nesse sentido, dentre as respostas obtidas 2 colaboradores sinalizaram a opção 5 e 1 a opção 4, demonstrando que ambos concordam com a afirmação, respostas que se relacionam com o fato de os colaboradores também se identificarem com os movimentos de software e cultura

livre.

Sobre a visualização da plataforma no futuro, ambos os colaboradores mencionaram visualizar como uma plataforma maior e mais relevante para o acesso democrático, se equiparando as plataformas de *streaming* comerciais atuais e de grande popularidade, de forma aberta e colaborativa. As sugestões dos participantes para alcançar esse objetivo futuro são: otimizar o streaming e adotar um player de vídeo próprio, maior divulgação pela plataforma e pelos espectadores, criar debates e fazer palestras sobre o projeto.

Observa-se a partir das respostas que em termos de propósito e para atuar na Libreflix os administradores e colaboradores compartilham de um objetivo maior, ligado às suas motivações pessoais e objetivos ativistas. Além disso, os comentários dos respondentes, em relação à percepção sobre o cinema atual brasileiro, demonstra que também utilizam a plataforma como uma ferramenta para mudar a realidade por eles questionada, marcada pela falta de incentivo do governo e as produções comerciais saturadas.

6.2 OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DAS MOLDURAS DA PLATAFORMA

Assim como em uma sala de cinema, com o ambiente escuro, sons e tela, o ambiente digital no qual o audiovisual se localiza também possui características que constituem a experiência do espectador. Como cita Braghini (2018, p. 39) “[...] pensar o audiovisual a partir de suas virtualidades implica dar um passo atrás do vídeo e olhar para aquilo que o cerca [...]”, a partir das características e molduras que constituem a interface e guiam o espectador. Estas plataformas e interfaces⁴¹ são responsáveis por possibilitar a interação entre o espectador e o conteúdo audiovisual. Para Montaña (2012),

[...] as plataformas molduram os modos como nos relacionamos com o audiovisual e o modo de realização dessas imagens. Elas poderiam ser pensadas como espaços privilegiados da midiatização das mídias audiovisuais e do audiovisual não midiático, como um espaço de criação de entreimagens e da gestação da nova imaginação. (MONTAÑO, 2012, p. 61).

Em continuidade, a pesquisadora Suzana Kilpp em seus estudos sobre os sentidos identitários da televisão, aponta um novo conceito para determinar essas características de identidade, a partir do conceito de *ethos*, apresentado no dicionário Houaiss como conjunto

⁴¹ “A operação das mídias digitais acontece a partir de pontos de contato ‘amigáveis’ entre dispositivos e usuários, moldados a partir de referências culturais anteriores.” (MARTINO, 2014, p. 12).

dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento e da cultura, incluindo a significação de *ethos* para o estético, instaura o termo *ethicidade*, o qual caracteriza como “[...] subjetividades televisivas: as durações, as personas, os objetos, os fatos e os acontecimentos que a televisão dá a ver como tais e que são, na verdade, construções televisivas” (KILPP, 2003, p. 5). Diante disso, ao se aplicarem e se transformarem para abranger os sentidos do audiovisual apresentado nas plataformas online, essas ethidades “[...]atualizam-se em diferentes molduras e moldurações, e seus sentidos são negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor” (KILPP, 2010, p. 18).

Atualmente a plataforma possui a possibilidade de acesso através de navegadores da *web*, pelo endereço Libreflix.org, o qual pode ser feito através de computadores ou celular na versão mobile. Outra opção são os aplicativos para download nos dispositivos Android e Windows, em que as molduras são semelhantes às presentes na plataforma online. Por isso, para esta observação, optou-se pela apresentação das molduras que encontram-se no processo de *flânerie*, ou vagar do usuário, pela do usuário pela versão online no formato desktop.

6.2.1 Página inicial

O primeiro contato do usuário da *web*, neste momento a pesquisadora, com a plataforma acontece através do endereço Libreflix.org, pelo qual se encontra primeiramente com a página inicial, nessa aba concentram-se os demais links e imagens que conduzem o interesse do usuário e o direcionam para o seu objetivo como espectador. Esse endereço, e a plataforma de maneira geral, são as primeiras molduras que podem ser visualizadas, delimitando e transformando a visão do espectador sobre o audiovisual encontrado antes mesmo de conhecê-lo.

Como cita Lemos (2015, p. 70) diante destas páginas iniciais ou *home pages* da internet, “[...] não nos colocamos mais como leitores de um livro ou espectadores das formas clássicas do espetáculo. Agora, devemos, para que haja acontecimento, ver e interagir, simultaneamente com a obra”. Nesta página, as obras audiovisuais se apresentam através de uma montagem temporal/espacial. Para Montaño (2012, p. 67),

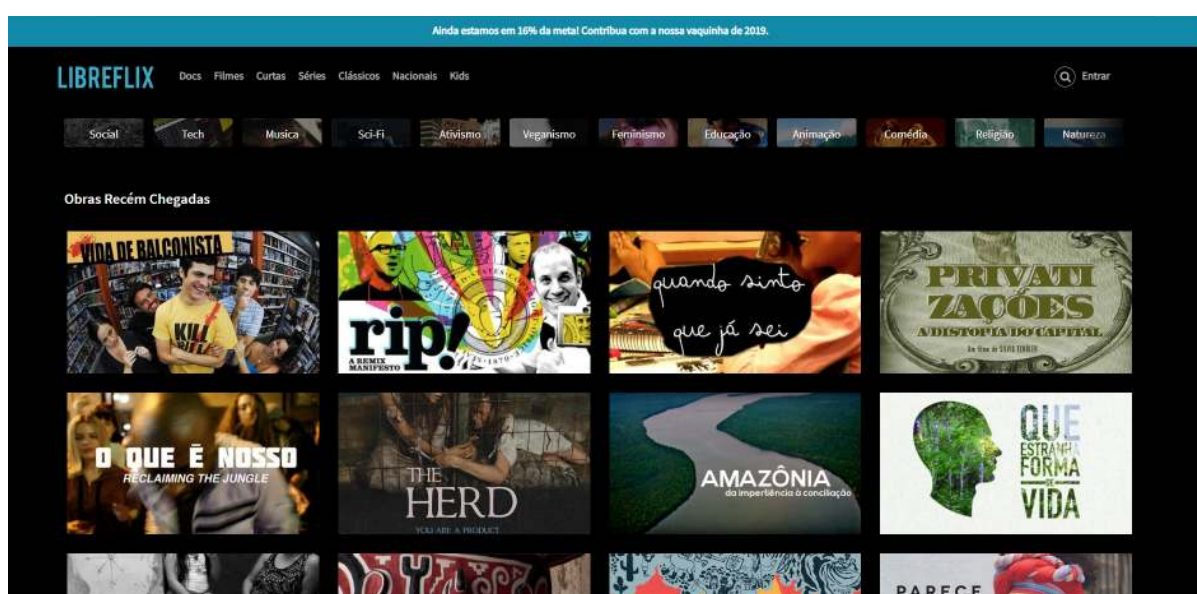
[...] essa coexistência tensa entre modos de montagem é característica importante da interface do audiovisual da *web* no seu estágio atual. Os três são movimentos próprios da rede: conectar nós, computadores (mas também usuários, tecnologias,

mídias, estéticas etc.), em um tempo/espaço próprio, pela transmissão de dados, formando ao mesmo tempo uma grande superfície e uma sequência.

Através da montagem espacial, característica da *web*, observa-se as obras de uma forma integrada, em que outras molduras são responsáveis pela definição dos espaços da plataforma, como cita Braghini (2018, p. 49) essa montagem espacial “[...] substitui a distribuição sequencial das imagens por um modo em que elas apareçam simultaneamente na tela”. De maneira geral, neste momento o usuário tem o primeiro contato com alguns dos títulos disponíveis, bem como uma breve visualização sobre eles ao aproximar o mouse sobre os cartazes apresentados, verificando o título completo, ano de lançamento, classificação indicativa, duração e, em alguns casos, um breve resumo da obra.

Para acessar essa e as demais páginas que constituem o acesso às obras audiovisuais, diferentemente de outras plataformas de vídeos online, como a Netflix, não é necessário que o usuário realize um cadastro e crie um perfil, assim como o Youtube, no qual os conteúdos estão disponíveis para todos os usuários. Na Figura 11 é possível visualizar a primeira página apresentada ao acessar a URL da plataforma, a qual será exibida para todos, independentemente de possuir cadastro ou não. Dessa forma, o acesso se torna facilitado, convidando os espectadores a continuar a navegação e a escolha das obras, sem a obrigatoriedade de se identificar. Por outro lado, neste momento a interface não comunica a sensação de pertencimento ou de exclusividade para o usuário, se apresentando como os demais sites disponíveis na *web*.

Figura 11 - Página inicial da Libreflix



Fonte: Captura de tela da página inicial da Libreflix (2019).

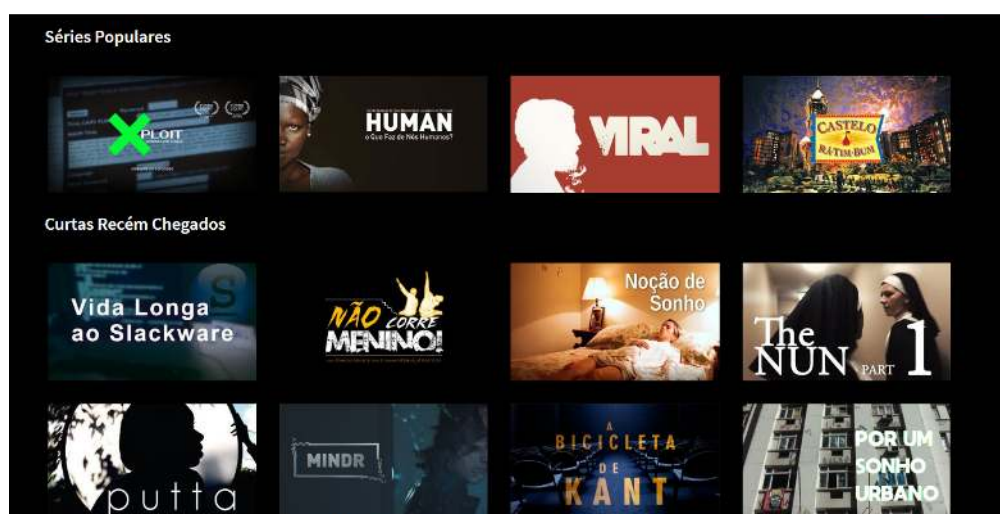
A página inicial possui diferentes moldurações, as quais serão apresentadas aqui de forma individual. Essas moldurações guiam os interesses e ações do usuário na plataforma, apresentando as suas funcionalidades, e a partir deste momento, o usuário possui papel ativo para navegar entre as molduras e decidir os caminhos. A navegação do usuário pela plataforma online, através da *flânerie* pelos hipertextos da interface gráfica, se caracteriza, segundo Lemos (2015, p. 123) como “[...] um rearranjo do espaço através de um modelo de conexão generalizada, descentralizada, cujo ponto de partida é constantemente deslocado e atualizado através de uma atividade de errância”.

As primeiras molduras apresentadas no espaço superior da plataforma são as categorias gerais das obras disponíveis, sendo elas: docs, filmes, curtas, séries, clássicos, nacionais e kids. Na sequência, na página inicial, se apresentam as molduras de gênero, que orientam o espectador sobre as temáticas das obras disponíveis, divididas em: social, tech, música, sci-fi, ativismo, veganismo, feminismo, educação, animação, comédia, religião, natureza e ocupação. Essas categorias são fixas, as quais não se alteram com o cadastro do usuário, através delas, o usuário terá acesso a links que segmentam as obras em seções, a partir de seu interesse como espectador.

Observa-se também que as categorias não se definem somente por gêneros clássicos cinematográficos, mas por temas que se relacionam com os interesses e estilo de vida dos usuários, demonstrando um direcionamento na curadoria das obras. Sobre esse ponto, questionou-se aos responsáveis pela plataforma sobre como acontecia a seleção das obras, após a observação pessoal sobre o diferencial de temáticas para as demais plataformas similares. Para essa questão, o criador mencionou que “a preocupação social está em todo o processo de desenvolvimento, criação e manutenção da plataforma e se expande, claro, ao conteúdo”, citando também haver a busca por obras que se encaixam em temáticas críticas e reflexivas, porém incluindo neste conceito disruptivo obras de entretenimento inseridas em um local com possibilidade de acesso diferente das impostas em outros meios capitalistas e por licenças livres, seguindo a ideia de “o meio é a mensagem” criada por Marshall McLuhan⁴² (1964). Ainda nessa página, no canto direito superior, apresenta-se a opção para o usuário “entrar” no espaço destinado a usuários cadastrados, a qual será apresentada de forma detalhada mais à frente.

⁴² Segundo McLuhan, “[...] é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas. O conteúdo ou usos desses meios são tão diversos quão ineficazes na estruturação da forma das associações humanas.” (MCLUHAN, 1969, p. 23).

Figura 12 - Classificação das obras em categorias específicas



Fonte: Captura de Tela da página inicial da Libreflix (2019).

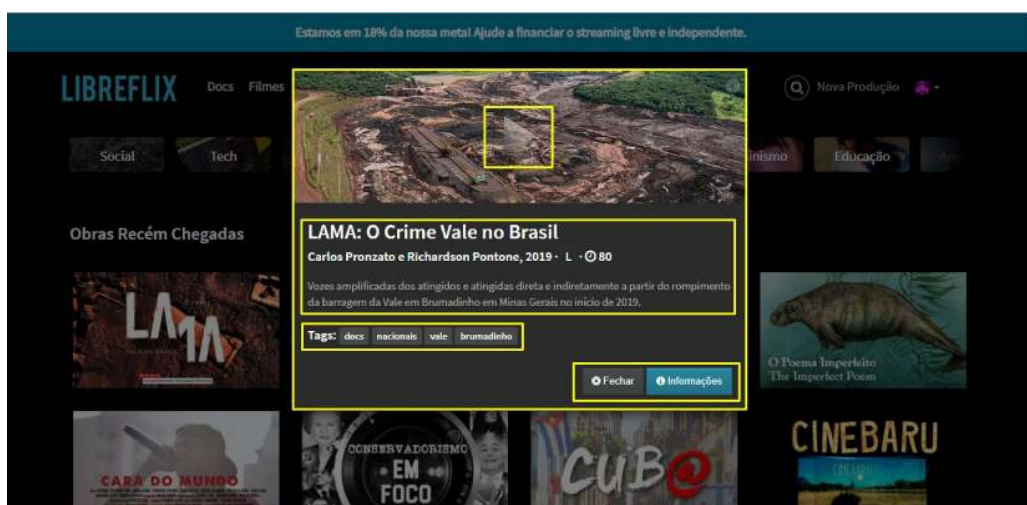
Outras divisões que se apresentam nesta página são as definições de categorias específicas que sugerem ao usuário obras de acordo com a sua popularidade e ordem de lançamento, delimitando-se respectivamente a: “obras recém chegadas”, “longas populares”, “curtas populares”, “séries populares” e “curtas recém chegados”, molduras as quais se apresentam de forma temporal e espacial. Em “obras recém chegadas”, por exemplo, sempre que uma nova obra for adicionada, ela aparecerá nesse espaço, sem seguir necessariamente uma ordem cronológica entre a primeira e a última obra a aparecer no espaço da categoria. Já em “séries populares”, as obras são apresentadas de forma espacial, se relacionando e compartilhando o espaço pelo fator popularidade.

É possível notar também, que após navegar pela página e escolher a opção “docs”, serão apresentadas ao usuário 28 diferentes categorias de documentários, por temáticas sociais e gêneros, sendo elas: documentários acadêmicos, anarquistas, biográficos, para crianças e família, de crítica social, sobre cultura, de direitos humanos, de economia, educacionais, esportivos, de estilo de vida, estudantis, experimentais, feministas, de geografia, de história, de história brasileira, independentes, indígenas, investigativos, jornalísticos, sobre meio ambiente, de movimentos sociais, musicais e shows, de política, de psicologia, de religião e espiritualidade, e sobre tecnologia. Essas divisões facilitam ao usuário a navegação e a descoberta por obras de seu interesse, facilitando, através de uma linguagem simples, a visualização dos documentários de uma forma geral, colaborando também para despertar o interesse dos espectadores.

6.2.2 *Pop-up* de visualização da obra

Após o usuário navegar pelas diversas molduras da página inicial, o segundo contato com as informações da obra que despertou seu interesse acontecerá por meio de um *pop-up*, uma janela que aparecerá ao clicar no título escolhido, destacando a obra sem sair da página inicial. Nessa janela existem outras molduras que definem as ações do usuário espectador, nesse momento, como observa Kilpp (2017, p. 9) o usuário “[...] é ‘obrigado’, em contrapartida, a agir se quiser avançar em alguma nova espécie de fluxo”. Observa-se cinco molduras diferentes, as quais estão destacadas na Figura 13, sendo a maior, aquela que enquadra a visualização geral das informações. No centro da imagem de capa da obra apresentada, o usuário se depara com aquele que no primeiro momento seria o player de vídeo, porém, ao clicar, o *link* de direcionamento será o mesmo da opção “informações”, que aparece no quadro inferior direito, conforme destacado na figura, ao lado da opção “fechar”, o qual direciona o usuário de volta a navegação na página inicial.

Figura 13 - *Pop-up* de informações sobre a obra



Fonte: Captura de tela, destaques nossos (2019).

O quadro retangular destacado ao centro, apresenta as principais informações da obra, sendo estas o título completo, os nome dos responsáveis pelas obras, o ano de lançamento, a classificação indicativa e a duração, além de uma breve sinopse da obra. Logo após esse quadro, apresentam-se as *tags*, ou palavras-chave, as quais direcionarão o usuário interessado em conhecer outras obras relacionadas, mostrando-o um novo link com todas as obras definidas pela palavra-chave em específico. Tais palavras facilitam ao usuário a navegação pelos títulos similares aos quais possui interesse. Este *pop-up* se

apresenta como um dos momentos decisivos na escolha de títulos pelo usuário, sendo que, se ele não se interessar pela obra a partir das breves informações apresentadas, a possibilidade de continuar a buscar informações sobre a produção será reduzida, bem como a visualização final do vídeo em si.

6.2.3 Informações sobre a obra e player de vídeo

Como mencionado anteriormente, as molduras que destacam “informações” e o ícone de player no centro da imagem do *pop-up*, direcionam o espectador para o mesmo destino, uma nova janela com todas as informações disponíveis sobre a obra em questão, conforme apresentada na Figura 14, abaixo. Essa janela, entretanto, também é constituída por diversas molduras. Ao acessá-la, o espectador se depara com diferentes possibilidades de ações, sendo a primeira, na parte superior da janela e sobreposta à imagem de capa do filme, um novo ícone de player de vídeo, que por sua vez, possui link direto com o reprodutor de vídeo final. Outro link direto ao vídeo está localizado na moldura do quadro esquerdo, também destacado na Figura 14, logo abaixo ao cartaz da obra, mostrando a opção de “assistir” ao espectador. Logo ao lado, observam-se as molduras nas quais se encontram novamente as informações principais da obra, sendo elas: título completo, ano de lançamento, classificação indicativa, duração e sinopse. Um diferencial nessa moldura é a inclusão da avaliação da obra pelos usuários, mostrando a nota média, no caso da Figura 14, “3.3”. Essa nota é estabelecida através de uma média, a partir da avaliação do espectador ao término da obra, na moldura localizada abaixo da anterior, onde se observa a opção “favoritar”. Nessa moldura, as duas opções disponíveis, “Já vi” e “Favoritar”, podem ser visualizadas por todos que acessam a plataforma, mas apenas os usuários cadastrados podem interagir com elas, podendo também influenciar na escolha dos próximos usuários em assistir ou não à obra, relacionando a nota à qualidade e relevância da produção.

Figura 14 - Janela de informações sobre as obras



Fonte: Captura de tela, destaques nossos (2019).

Na sequência desta página, observa-se mais 2 molduras em destaque, as quais mudam conforme a obra. A primeira, no lado esquerdo da página, indicada na Figura 15, apresenta os responsáveis pela obra em questão, pelas etapas de direção, produção, roteiro, áudio, elenco, cidade e estado de origem da obra. Na moldura ao lado, apresentam-se as premiações recebidas pelas obras em mostras e festivais de cinema, contribuindo para despertar o interesse do espectador a conhecer o título em questão, nesse caso comprovando, de certa forma, a sua relevância e qualidade.

Figura 15 - Apresentação dos responsáveis pelas obras e premiações



Fonte: Captura de tela, destaques nossos (2019).

Algumas obras, no entanto, não possuem informações completas nessas molduras, indicando em alguns casos apenas a direção e uma breve sinopse, assim como em outros

casos, apresenta-se também a ficha técnica completa das obras, indicando os responsáveis por todas as etapas de filmagem, captação de áudio, edição, colorização, entre outras atividades que possibilitaram a construção e lançamento da obra final. As características dessas molduras demonstram a preocupação e seriedade da plataforma em respeitar as questões de direitos autorais e principalmente a valorização das obras, muitas vezes apresentando links externos que contribuem para divulgar o trabalho e impacto das produções.

Pode-se observar a partir dessas características, uma das formas que a Libreflix se apresenta para contribuir com a etapa de distribuição, podendo ser entendida como uma alternativa para divulgação das obras, sem necessariamente cumprir o papel com a etapa de exibição.

6.2.4 Janela de reprodução de vídeo

A janela principal, na qual o espectador se encontra com o *streaming* de vídeo, é possibilitada através do player API do Youtube, pois atualmente a Libreflix não possui sistema próprio de acervo dos vídeos, segundo Rossi (2019, tradução nossa), criador da plataforma, “[...] outra vantagem é a grande oferta de títulos que podem ser incluídos no catálogo [...]”⁴³ pela popularidade entre os criadores, facilidade e número de obras presentes no catálogo do Youtube. A primeira moldura que se apresenta nessa janela é o quadro geral de um espaço de visualização de vídeo e a emolduração efetiva do usuário como espectador.

No canto superior direito, apresenta-se novamente o título e subtítulo ou frase de apoio da obra, seguido pelo símbolo indicando o *player* para reprodução no centro da tela. Na parte inferior, podem ser destacadas duas molduras de ações: a primeira, apresentando outra possibilidade ao usuário para a reprodução do vídeo, acompanhada de uma barra de controle de reprodução interativa que possibilita avançar pelas cenas da obra; e a segunda, apresentando as opções de controle de volume, de velocidade e possibilidade de ampliação da tela. Essa janela pode ser visualizada na Figura 16, a seguir.

⁴³ “Another advantage is the wide offer of titles that can be included in the catalog (since YouTube is a popular platform for creators).” (ROSSI, 2019).

Figura 16 - Janela de reprodução de vídeo



Fonte: Captura de tela, destaques nossos (2019).

Atualmente, não se apresentam as opções de legenda e dublagem para línguas estrangeiras nas configurações, apenas a alternativa de algumas das obras possuírem legenda no próprio vídeo. Uma das questões negativas que é proporcionada pela falta dessa funcionalidade, em relação às etapas de distribuição e exibição das obras, é a dificuldade na internacionalização da plataforma, que poderia utilizar da desterritorialidade do ciberespaço para contribuir com a divulgação das obras nacionais fora do país e possibilitar o acesso de espectadores estrangeiros ao conteúdo audiovisual gratuito.

6.2.5 Página de *login* do usuário

Ao optar por clicar em “entrar”, opção disponível na primeira página, o usuário é direcionado à outra sobreposição de molduras que contribuirão para o seu emoldramento como usuário, a qual o guiará para acessar o seu perfil ou se tornar um usuário cadastrado. Na Figura 17, verifica-se de forma clara essa sobreposição, a primeira moldura, maior, pode ser observada como a moldura de *login* geral da página, na qual os dados para cadastro devem ser preenchidos, como e-mail e senha. As duas outras molduras que compartilham o espaço com a anterior, apresentam opções alternativas às de *login*. A moldura ao meio da figura, apresenta opções de entrar sem a necessidade de preencher o e-mail e senha, mas fazendo um link de autorização direta com as contas do Facebook e Twitter. E a última moldura destacada pelo quadro no final da figura, apresenta a opção de cadastro, com a opção “Crie Uma Nova Conta”.

Figura 17 - Espaço de login do usuário

Entrar na sua conta

Email

Senha

Esqueceu sua senha?

Entrar

Entre com o Facebook

Entre com o Twitter

Ainda não tem uma conta?

Criar Uma Nova Conta

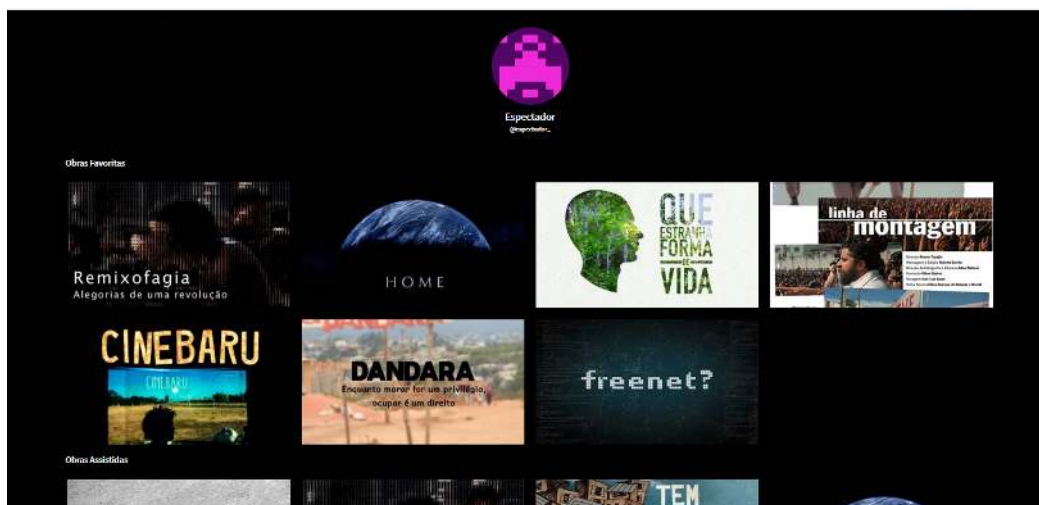
Fonte: Captura de tela, destaques nossos (2019).

O usuário que optar por criar uma nova conta, será direcionado a uma nova janela com molduras similares às anteriores, na qual preencherá o seu nome completo, e-mail, criará o nome de usuário e a senha, também possui a opção de criar uma conta através do Facebook ou Twitter. A partir dessas observações, pode-se destacar a facilidade de acesso proporcionada pela interface da plataforma. Fazendo ou não o cadastro, o usuário terá acesso às obras de forma rápida, sem burocracia e sem ser condicionado a fornecer muitas informações pessoais.

6.2.6 Página do usuário cadastrado

Ao criar uma conta, o usuário terá acesso à uma página pessoal na plataforma. Nessa página, apresentada na Figura 18, observam-se as moldurações que possibilitam ao usuário a visualização de suas obras favoritas e obras que já assistiu na Libreflix. Tanto o favoritar quando a seleção de obras vistas, ambos são definidos manualmente pelo usuário, na página de informações sobre a obra, em que apresentam-se as opções “Já vi” e “Favoritar” citadas anteriormente.

Figura 18 - Espaço pessoal do usuário



Fonte: Captura de Tela (2019).

Estas funcionalidades permitem a relação mais próxima do usuário com a plataforma, a criação de um vínculo que se estabelece a partir da possibilidade de organização de suas preferências e da apresentação de uma página personalizada, além de proporcionar maior controle dos títulos assistidos e conseqüentemente pode estimular o espectador a conhecer as demais obras disponíveis e de seu interesse para que apareçam em seu perfil.

6.2.7 Novas produções

No primeiro contato com o criador da plataforma, Guilmour Rossi, questionou-se sobre como acontece a seleção das obras e quem são os responsáveis pelo upload dos vídeos. Em resposta, Rossi mencionou que, inicialmente, o acervo da Libreflix foi construído à partir de uma pesquisa de obras com a possibilidade de exibição livre na internet, e atualmente, o processo de seleção acontece através da submissão das obras pelos responsáveis em um formulário disponível na plataforma, esse formulário de cadastro está disponível através do link “Nova Produção”, o qual pode ser observado no canto superior direito da plataforma a partir do momento que o usuário faz o cadastro. Para esse formulário é necessário informar o título, subtítulo, ano da produção, duração, classificação indicativa, descrição da obra, URL com o link onde o vídeo está localizado, permalink (como será visível o link para a obra na plataforma), *tags* e imagens de *Background* e *Thumbnail*. Após o envio, são analisadas por voluntários da plataforma com a função de revisar as obras, segundo Guilmour, atualmente, trabalhos audiovisuais como clipes

musicais ou peças publicitárias não são aceitas, bem como obras que contenham discurso de ódio ou discriminação. No caso de obras sugeridas por terceiros, os administradores realizam uma análise da licença de distribuição, selecionando as obras de livre exibição.

Após as observações apontadas sobre as molduras e características da Libreflix, pode-se, por fim, destacar a relação próxima da curadoria com os objetivos de existência da plataforma, bem como a escolha e segmentação por obras que se aproximam ao discurso político, ideológico e estilo de vida (movimentos sociais e ativistas) dos administradores e criadores. Como mencionado, o acesso à plataforma pode ser feito de forma descomplicada, através da interface similar às demais plataformas de vídeo, possibilitando ao usuário a facilidade no reconhecimento das molduras apresentadas, a interação com os links e o acesso final ao player de vídeo, este reconhecimento acontece através dos imaginários que formam as ethicidades midiáticas de uma forma geral, com os quais os espectadores já tiveram contato, como menciona Kilpp (2010, p. 18)

Os eixos dos imaginários, que permitem a comunicação dos sentidos, entendendo-se imaginário como um conjunto de marcas de enunciação das culturas (identidades coletivas), manifestas e visíveis nos discursos, na arte, nos produtos culturais..., ou que são por eles mediadas. E os imaginários televisíveis como sendo os imaginários televisivos atravessados pela moldura corpo do espectador (um corpo singularmente inserido na sociedade e na cultura, com um repertório singular de imagens e molduras).

Um dos destaques da curadoria das obras é a valorização dada pelos responsáveis e administradores à produções independentes, diferenciando a Libreflix de outras plataformas de exibição comercial, as quais possuem acesso dificultado para disponibilização das obras no catálogo. Dessa forma, a plataforma se apresenta como uma alternativa de exibição de alcance significativo e relevância temática para as produções nacionais, que representam a maior parte das obras disponíveis, com 68 títulos, bem como para as produções de baixo orçamento e produções universitárias encontrarem o seu espaço. No próximo capítulo poderão ser visualizadas com maior destaque às opiniões dos espectadores e diretores das obras disponíveis em relação à este impacto para a exibição do cinema nacional.

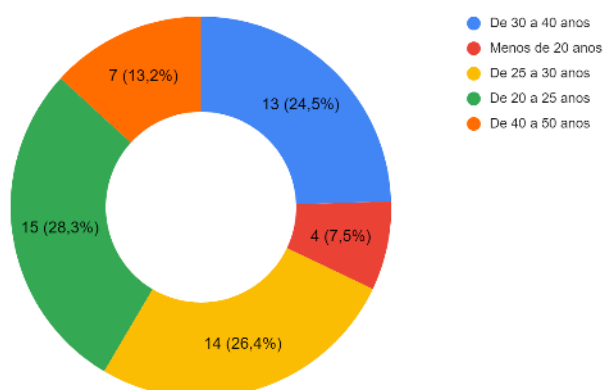
7 ANÁLISE DOS RESULTADOS: PERCEPÇÃO DOS ESPECTADORES E DIRETORES

Neste capítulo serão apresentados os resultados relacionados aos questionários enviados aos espectadores e responsáveis pelas obras. O questionário direcionado aos espectadores teve como finalidade o alcance do objetivo de verificar como acontece o acesso e quem são os espectadores, para isso, estruturou-se o questionário dividindo as questões por seções, as quais se caracterizavam por: perfil do espectador, hábitos de consumo em relação ao cinema, relação com a Libreflix e motivações e observações sobre o cenário atual do cinema nacional. O questionário direcionado aos responsáveis pelas obras dividiu-se nas seções: informações sobre o responsável, percepção sobre a plataforma e observações sobre o cenário atual do cinema nacional, as quais contribuíram para o alcance do objetivo específico de observar como os produtores e diretores dos filmes disponibilizados percebem a plataforma.

7.1 PERFIL DO ESPECTADOR DA LIBREFLIX

A partir das 54 respostas dos espectadores da Libreflix, pode-se iniciar a construção de um perfil de espectador. No Gráfico 1 apresentam-se as respostas sobre a idade média dos espectadores, no qual observa-se que 15 possuem de 20 a 25 anos, 14 de 25 a 30 anos, 14 de 30 a 40 anos, 7 de 40 a 50 anos e apenas 4 possuem menos de 20 anos, sendo que nenhum dos espectadores possui de 50 a 60 anos ou mais. Dos 54 espectadores, 37 se identificam como homem, 15 como mulher, 1 não binário e 1 travesti.

Gráfico 1 - Idade média dos espectadores



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A terceira questão apresentada buscava compreender em qual estado havia maior concentração de espectadores da plataforma. Os resultados mostraram que 10 espectadores são de São Paulo, 8 do Paraná, 6 do Distrito Federal, 5 de Minas Gerais, 5 do Rio Grande do Sul, 5 do Rio de Janeiro, 4 de Santa Catarina, 2 do Piauí e apenas 1 espectador dos estados de Tocantins, Rio Grande do Norte, Amazonas, Goiás, Mato Grosso e Pernambuco. Também responderam os questionários 1 espectador de Portugal e 1 da Alemanha. Observa-se portanto, a partir dos dados obtidos, que a Libreflix possui espectadores em pelo menos 14 dos 27 estados brasileiros, com maior acesso nas regiões Sudeste e Sul do país, porém, também inclui estados em que a exibição de cinema em salas tradicionais ainda não é tão presente, como o Amazonas e Tocantins, pertencentes à região Norte do país, a qual, como apresentado anteriormente, até 2018 possuía no total 228 salas de exibição.

A Figura 19 apresenta os resultados e porcentagens em relação ao nível de escolaridade dos espectadores. Dentre as respostas, 20 responderam possuir Ensino Superior incompleto, número esse que se aproxima com o de espectador com idade entre 20 e 25 anos, indicando que ambos podem ser estudantes universitários. Outros 17 possuem Ensino Superior completo, 5 Mestrado completo ou cursando, 5 Doutorado completo ou cursando, 4 Ensino Médio completo e 3 possuem curso de Pós-Graduação/Especialização. Como pode-se observar, 50 espectadores possuem ensino superior incompleto ou completo, demonstrando alto nível de escolaridade.

Figura 19 - Nível de escolaridade dos espectadores

4. Qual o seu nível de escolaridade?

Escolha única, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
● Ensino Fundamental	0	0 %
● Ensino Médio Incompleto	0	0 %
● Ensino Médio Completo	4	7,4 %
● Ensino Superior Incompleto	20	37,0 %
● Ensino Superior Completo	17	31,5 %
● Pós - Graduação / Especialização	3	5,6 %
● Mestrado completo ou cursando	5	9,3 %
● Doutorado completo ou cursando	5	9,3 %
● Outra...	0	0 %

Fonte: Questionário Survio (2019)

Com relação à área de formação dos espectadores, os resultados dos questionários mostram que 10 espectadores possuem ligação à área da tecnologia, computação e softwares, os quais são formados em: Redes de Computadores, Tecnologia Digital, Sistemas de Informação, Sistemas para Internet, Análise de sistemas, Desenvolvimento de Software, Engenharia da Computação, Ciência da Computação e Informática. Essas áreas possuem relação próxima aos objetivos da plataforma, de software e cultura livre, bem como a alguns dos conteúdos disponíveis na plataforma. Os demais espectadores apresentam formações distintas, na área de ciências humanas, sociais, exatas, engenharia, letras e artes, nos respectivos cursos: Artes Visuais (4 espectadores), Cinema e Audiovisual (2 espectadores), Pedagogia, Engenharia Mecânica, Matemática, Turismo e Hotelaria, Ciências Sociais, Serviço Social, História (3 espectadores), Música, Comunicação Social (3 espectadores), Farmácia, Filosofia (2 espectadores), Arquitetura e Urbanismo (3 espectadores), Jornalismo, Letras, Geografia (2 espectadores), Economia, Administração, Ciências Políticas e Design (2 espectadores). O Quadro 1, a seguir, ilustra uma síntese das áreas de atuação dos espectadores.

Quadro 1 - Área de atuação profissional dos espectadores

Professor/Educação (10)	Marketing	Músico, Produtor Musical	Jornalismo
Desenvolvimento de Software (2)	Farmácia	Processos Gerenciais	Estagiário
Assistente Social	Editor de Livros	Cinema	Relações Públicas
Produção cultural	TI (3)	Análise de sistemas	Desenho Industrial
Designer de Games	Planejamento urbano	Jornalista	Cinegrafista
Comunicação	Museologia	Publicidade e Propaganda (2)	Construção civil
Diretor de empresa de tecnologia - Comercial			

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Na questão 6, última do questionário, relacionada aos dados demográficos que compõem o perfil do espectador, questionou-se sobre a atuação profissional dos usuários. Os resultados do questionário, apresentados anteriormente no Quadro 1, mostram que 10 espectadores atuam como professores e na área da educação, se relacionando com o número de espectadores com Mestrado e Doutorado e com a possibilidade da utilização da plataforma para fins educativos. Outra atuação profissional que se repete entre 3

espectadores é a de TI e a de desenvolvimento de software entre 2 espectadores, relacionando-se com as respostas da questão anterior.

Visualiza-se a partir dessas respostas a predominância de espectadores jovens e adultos, em sua maioria homens, com grau de instrução elevado, que atuam nas áreas de cultura, comunicação, educação e tecnologia. Demonstrando a segmentação do público, a qual pode ser definida através da curadoria das obras.

7.1.1 Hábitos de consumo do espectador

Para iniciar a segunda subseção do questionário, sobre os hábitos de consumo, o espectador sinalizou em múltipla escolha quais as redes sociais que costuma acessar. Como pode-se observar na Figura 20, a plataforma digital mais acessada é o WhatsApp, com 38 respostas, seguido pelo Telegram com 30, Twitter com 28, Instagram com 27, Facebook com 26 e 5 que marcaram a opção “outra”, dos quais 3 comentaram acessar a rede Mastodon⁴⁴ e 1 a rede Diáspora⁴⁵, as quais, ao contrário do Facebook e Twitter, por exemplo, são redes descentralizadas, de código aberto e software livre. Observa-se que a utilização do Telegram também se relaciona com o perfil do espectador que busca por segurança de informações. Para a Libreflix, estar presente nas mesmas redes que o espectador possibilita o maior alcance na divulgação das obras disponíveis e dos objetivos da plataforma, divulgação essa que deve ser frequente.

Figura 20 - Plataformas digitais mais acessadas pelos espectadores

7. Quais destas redes sociais você costuma acessar?

Múltipla escolha, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
● Twitter	28	51,9 %
● Telegram	30	55,6 %
● Facebook	26	48,1 %
● Instagram	27	50 %
● WhatsApp	38	70,4 %
● Outra...	5	9,3 %

Fonte: Questionário Survio (2019).

⁴⁴ Mastodon. Disponível em: <https://mastodon.social>. Acesso em: 28 set. 2019.

⁴⁵ Diáspora*. Disponível em: <https://diasporabr.com.br>. Acesso em: 28 set. 2019.

Na questão 8 sobre os hábitos de consumo, questionou-se ao espectador a frequência que costuma assistir filmes e séries nacionais. Do total de respostas, 17 espectadores sinalizaram assistir em média 1 vez ao mês, demonstrando que as obras nacionais não são prioridade para esses espectadores. Em ordem decrescente, 11 pessoas mencionaram assistir em média 1 vez por semana, representando que possuem acesso e interesse as produções brasileiras, 9 pessoas mais de 1 vez na semana, evidenciando a preferência e alto interesse, 8 apenas em ocasiões específicas, as quais podem ser relacionadas ao fato de a plataforma ser acessada por professores, como apresentado anteriormente, em que as ocasiões específicas acontecem em sala de aula, ou, como outra possibilidade, pode-se considerar a utilização da plataforma para exibição em cineclubes e pequenas mostras alternativas. Outros 6 espectadores responderam assistir em média 1 vez a cada 15 dias e 3 raramente assistem. No geral, observa-se que a maioria dos espectadores que responderam o questionário costuma consumir com frequência e possuem interesse em filmes e séries nacionais.

Figura 21 - Frequência que os espectadores frequentam salas de cinema

9. Com qual frequência você costuma frequentar salas de cinema tradicionais?

Escolha única, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
● Sempre frequente	6	11,1 %
● Frequente às vezes	18	33,3 %
● Raramente frequente	23	42,6 %
● Nunca frequente	7	13,0 %

Fonte: Questionário Survio (2019).

Em relação à frequência que os espectadores costumam ir à salas de cinema “tradicionais”, observa-se na Figura 21 que a maioria, 23, raramente frequenta, seguido por 18 que frequentam às vezes, 7 que nunca frequentam e 6 que sempre frequentam. Tais dados sugerem que entre esses espectadores, no geral, o hábito de ir às salas de cinema não é frequente, em alguns dos casos, por não haver essa possibilidade no local onde moram, como pode-se observar através dos comentários feitos pelos espectadores na questão 10, na qual foi questionado sobre a frequência em que os espectadores tinham acesso à filmes nacionais nessas salas, 2 espectadores disseram não ter cinemas na cidade de Imbituba (Santa Catarina) e Areia Branca (Rio Grande do Norte). Outra possibilidade referente a

esses dados, se refere ao aumento significativo do consumo audiovisual pelas plataformas de *streaming* e outros formatos digitais, fazendo com que a ida ao cinema não seja um hábito frequente.

De todos os que responderam o questionário, 21 disseram ter acesso à filmes nacionais com frequência no cinema, 22 disseram não ter com frequência e 5 raramente. Os comentários feitos pelos espectadores em relação a essa questão estão apresentados no Quadro 2, abaixo, ainda, o quadro apresenta fatores que demonstram possíveis falhas nos processos de distribuição e exibição dos filmes brasileiros, como apontam o primeiro e o quarto comentário, de um espectador de São Paulo e do Rio de Janeiro, cidades que de acordo com a ANCINE, no informe de salas de exibição de 2018, possuem respectivamente 349 e 217 salas em funcionamento. Outra questão levantada pelos espectadores em relação à distribuição, é a divulgação das obras e a seleção da programação, observando que nas poucas vezes que os filmes nacionais chegam às salas da cidade, geralmente são os *blockbusters* nacionais, como os filmes produzidos e distribuídos pela Globo Filmes. Mesmo filmes como “Yonlu”, de Hique Montanari, lançado em 2018, com grande repercussão internacional, como menciona o primeiro comentário, ainda estão presentes, na maioria das vezes, em salas de cinema alternativas a esse formato tradicional, como menciona Nudeliman e Pfeiffer (2010)

[...] como se pode observar, apesar da produção independente ter alcançado níveis avançados de qualidade e variedade, as mídias tradicionais não funcionam como um espaço amplamente favorável à circulação deste conteúdo. Assim, se considerarmos somente as mídias tradicionais como opção, grande parte do público jamais terá acesso à produção realizada. (NUDELIMAN; PFEIFFER, 2010, p. 113).

Quadro 2 - Comentários sobre a frequência dos filmes nacionais em salas de cinema

São Paulo (SP)	“Raramente, não me identifico e nem sinto vontade de assistir a maioria dos filmes nacionais disponíveis no cinema. Na maioria das vezes que vejo filmes nacionais no cinema, são em cinemas pequenos e de produtoras independentes, como por exemplo Yoñlu”
Campinas (SP)	“Sim, porém, a exibição é aquém da demanda”
Ponta Grossa (PR)	“Cinema da cidade que vivo tem péssima programação”
Rio de Janeiro (RJ)	“Infelizmente, não; Muitos filmes passam despercebidos pelos circuitos, e geralmente, quando são exibidos, estão restritos a 2 ou 3 salas de administradoras com preços abusivos”

Belo Horizonte (MG)	“Em quantidade bem menor que os "blockbusters"”
Brasília (DF)	“Pouco. Exibem filmes nacionais, quando são repercutidos positivamente na mídia”
Barra do Piraí (RJ)	“Nem sempre, e geralmente produções Globo Filmes”

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Na sequência, a questão 11 questionava se os espectadores frequentam os espaços de exibição alternativos e quais são esses espaços. A maioria dos espectadores, 29 pessoas, disseram não frequentar esses espaços, 13 disseram frequentar mostras e festivais de cinema, os quais acontecem em determinados períodos do ano, em forma de evento, não estando disponíveis sempre. Outros 5 espectadores também sinalizaram participar de Cineclubes, demonstrando um maior interesse pela discussão sobre cinema, 7 disseram participar de exposições públicas e gratuitas e 3 costumam frequentar centros culturais, ou, em algumas cidades, a casa da cultura, local onde geralmente são exibidos lançamentos nacionais que não encontram espaço nas salas de cinema disputadas pelos *blockbusters*. Observa-se a partir dessas respostas, que os espectadores da Libreflix que responderam o questionário, em sua maioria, não procuram frequentar espaços alternativos de exibição de filmes, nem salas de cinema tradicionais, uma possível razão para isso, é encontrarem na Libreflix e em outras plataformas, uma opção para assistir obras diferentes das disponibilizadas em cartaz nas cidades onde moram.

Para conhecer um pouco mais o espectador, perguntou-se, na questão 12, sobre a preferência por gêneros de filmes e séries específicos, 12 espectadores disseram não ter preferência, o gênero documental foi mencionado em 17 respostas, seguido por drama, mencionado em 13 respostas. O gênero documental é o mais presente no catálogo da Libreflix, com mais de 70 obras sinalizadas como “docs”, já o gênero drama não aparece em destaque na plataforma. O terceiro gênero mais citado foi o de ficção científica (*sci-fi*), com 8 menções, podendo estar relacionado ao perfil do espectador estudante e que atua na área de tecnologia, software e internet mencionado anteriormente. Outros gêneros citados pelos espectadores foram: suspense (7), comédia (6), ação (5), ficção (4), aventura (3), policial (3), terror (2), animação (2), biográfico (2), história (1) e cyberpunk (1).

É importante observar que tanto a Libreflix como outras plataformas de *streaming*, podem se apresentar como alternativas de popularização e acesso ao gênero documental, gênero esse que não possui espaço frequente nas salas de exibição comerciais, voltadas ao

entretenimento. Como cita Trindade (2014, p. 19) “[...] em sua maioria, os documentários exibidos em circuitos comerciais de cinema ficam restritos às chamadas salas de arte [...]”, não possuindo alcance significativo de público. Outro ponto destacado por Trindade (2014, p. 178) é em relação ao crescimento do número de produções não ser proporcional ao seu alcance nas salas de cinema, mencionando que “[...] dentre aqueles que chegaram, nem todas tiveram uma resposta positiva de bilheteria – foram raros os documentários que ultrapassaram 50 mil espectadores”.

Além de compreender o consumo do espectador em relação às salas de cinema tradicionais, buscou-se compreender qual a relação de consumo que ele tem com outras formas de exibição digital. Na questão 13, de múltipla escolha, apresentada na Figura 22, questionou-se sobre quais plataformas de *streaming* além da Libreflix o espectador costuma acessar. A plataforma mais citada pelos espectadores foi a Netflix, com 41 marcações, seguida pelo Youtube com 33 marcações, número que acompanha o aumento da popularidade e acesso aos vídeos online e principalmente por smartphones, segundo dados apresentados pela pesquisa Video Viewers de 2018⁴⁶, os quais também mostram o Youtube como a preferência dos brasileiros na hora de assistir vídeos. Das demais opções disponíveis na questão, 6 espectadores sinalizaram acessar a Amazon Go, 5 a HBO Go, o Telecine Play, o Globo Play e o Portacurtas, 3 a Afroflix, 2 o Google Play e um o Spcine Play.

Outras opções adicionadas pelos espectadores foram o Peertube, plataforma descentralizada e de software livre, o Vimeo, plataforma colaborativa de compartilhamento de vídeos, o Videocamp, plataforma gratuita que reúne obras nacionais e internacionais com temática voltada à causas de impacto e disponibiliza para exibições públicas, a Taturana, também voltada à exibições públicas, a Oldflix, plataforma que reúne filmes e séries retrôs, Tamanduá TV, plataforma que reúne conteúdos independentes, e por fim, as plataformas Mubi, Arte 1 Play, Stremio, Criterion Channel, ARD Mediathek (plataforma alemã) e Popcorn Time, sendo essa última citada por 4 espectadores.

⁴⁶ Video Viewers de 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>. Acesso em: 03 out. 2019.

Figura 22 - Plataformas de streaming acessadas pelo espectador

13. Além da Libreflix, quais outras plataformas de streaming você costuma acessar?

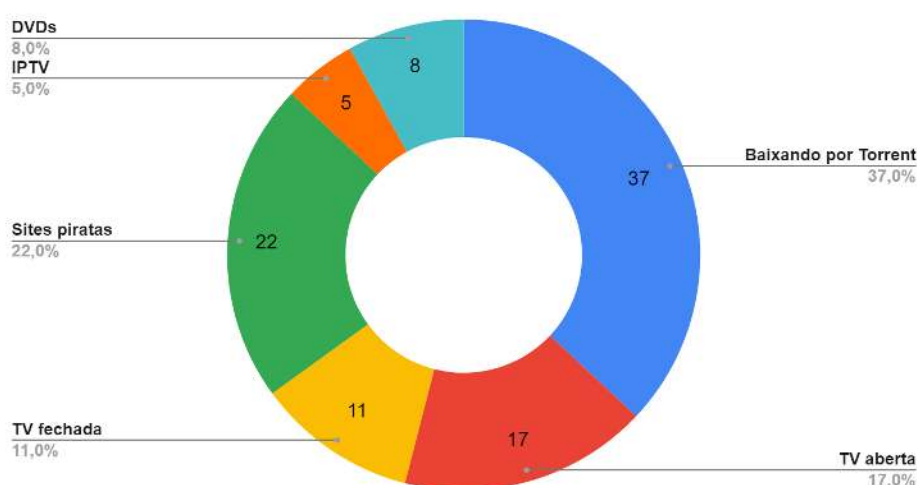
Múltipla escolha, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
Netflix	41	75,9 %
HBO Go	5	9,3 %
Amazon Go	6	11,1 %
Youtube/Youtube Premium	33	61,1 %
Globoplay	4	7,4 %
Telecine Play	4	7,4 %
Porta Curtas	4	7,4 %
Spine Play	1	1,9 %
Google Play	2	3,7 %
Crackle	0	0 %
Afroflix	3	5,6 %
Outra...	15	27,8 %

Fonte: Questionários Survio (2019).

Para finalizar a subseção sobre os hábitos de consumo, buscou-se compreender quais as outras alternativas de exibição utilizadas pelo espectador. O Gráfico 2 ilustra o número de citações, o formato e a porcentagem final; como pode-se observar, o formato que se destaca entre os espectadores é o Torrent, tecnologia de compartilhamento de arquivos que sobrevive desde os anos 90, com 37 citações, seguido por sites piratas, citado por 22 espectadores, TV aberta, por 17, TV fechada, por 11, DVD's, por 8 e a tecnologia IPTV, citada por 5 espectadores.

Gráfico 2 - Outras formas de acesso ao audiovisual



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A partir das questões apresentadas, pode-se observar os principais hábitos de consumo que ligam os espectadores respondentes. Como mencionado no início desta subseção, a maioria dos espectadores acessam com mais frequência plataformas digitais de troca de mensagens instantâneas, sendo o WhatsApp e o Telegram, mas alguns também estão presentes nas demais plataformas apresentadas, sinalizando a oportunidade de investimento de divulgação da Libreflix através desses meios. Esses resultados também podem ser influenciados devido ao envio do questionário pelo grupo da plataforma no Telegram e pela publicação nas redes sociais, os quais poderiam apresentar outras respostas se o envio fosse possível através de e-mail, por exemplo.

Os espectadores em sua maioria também não possuem o hábito de assistir filmes e séries nacionais, bem como frequentar à salas de cinema tradicionais ou comerciais, sendo que um dos motivos para essa última questão é a falta de acesso no local onde vivem. Em relação ao acesso específico as obras brasileiras nessas salas, os espectadores, de modo geral, não possuem acesso frequente ou em alguns casos, não as obras que gostariam, mas apenas aos *blockbusters* nacionais. Os espectadores também mencionaram ter preferência pelo gênero documental, o qual, como mencionado anteriormente, também não está presente nesses espaços, mas em espaços alternativos de exibição, mas que espectadores também não possuem o hábito de frequentar, ou não possuem acesso e conhecimento sobre tais espaços, encontrando alternativa na Libreflix e outras plataformas de exibição online, como a Netflix e Youtube, principais plataformas acessadas pelos espectadores, e através do download por Torrent para ter acesso às obras de seu interesse. Ou seja, observa-se que os espectadores possuem o hábito de consumir conteúdos audiovisuais na internet, circulando entre diferentes plataformas.

7.1.2 Relação com a Libreflix

Com a finalidade de observar as respostas referentes à como acontece o acesso dos espectadores na plataforma, bem como suas preferências e motivações, inicia-se a partir da questão 15, uma nova seção de questões, sendo a primeira delas, disponível na Figura 23, buscando compreender como os usuários conheceram a plataforma. Dos 54 espectadores, 19 disseram ter conhecido através das redes sociais da Libreflix, 13 através de sites e noticiários, 11 pela indicação de amigos e 9 pelas redes sociais de amigos, 2 das pessoas que marcaram a opção “Outra” disseram ter conhecido através do criador da plataforma,

Guilmour Rossi, 1 mencionou ter conhecido através de pesquisa sobre ferramentas de código aberto para criação de um serviço de *streaming* próprio e 1 por vídeos de Eduardo Marinho, do qual a Libreflix dispõe o documentário “Observar e Absorver”.

Figura 23 - Como o espectador conheceu a plataforma

15. Como você conheceu a plataforma?

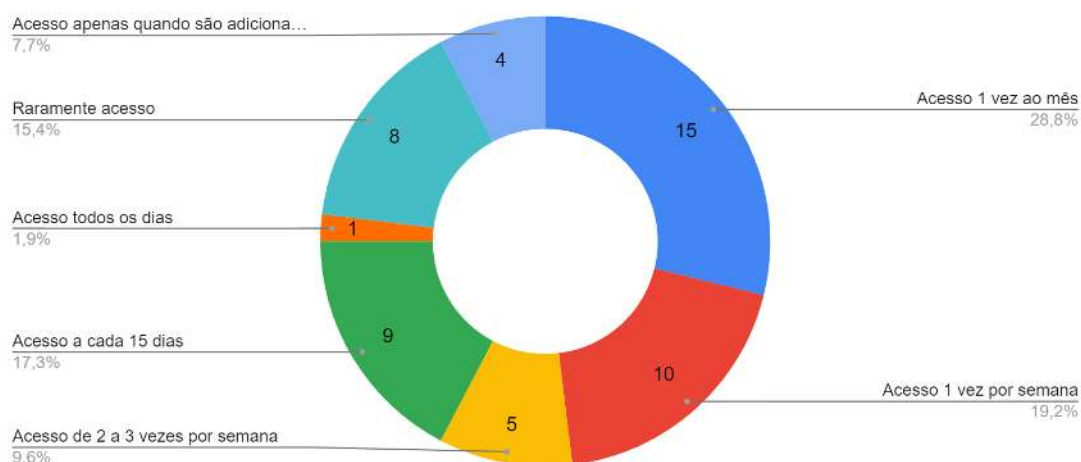
Múltipla escolha, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
● Indicação de amigos	11	20,4 %
● Nas redes sociais da Libreflix	19	35,2 %
● Nas redes sociais de amigos	9	16,7 %
● Sites e noticiários	13	24,1 %
● Vídeos	0	0 %
● Outra...	4	7,4 %

Fonte: Questionários Survio (2019)

A partir da questão 16, na qual questiona-se qual a frequência que o espectador acessa a plataforma, pode-se observar como a Libreflix se insere no hábito de assistir filmes online. No Gráfico 3 apresentado a seguir, visualiza-se o número de espectadores e qual a frequência do acesso, sendo a opção mais marcada, por 15 espectadores, referente a acessar 1 vez ao mês, outros 10 espectadores disseram acessar 1 vez por semana, 9 a cada 15 dias, 8 raramente acessam, 5 de 2 a 3 vezes por semana, 4 apenas quando são adicionados novos títulos e apenas 1 sinalizou acessar a plataforma todos os dias. Com base nesses resultados, observa-se que a plataforma ainda não faz parte do hábito diário de acesso dos espectadores, que acessam em sua maioria apenas em ocasiões especiais, uma vez que ela ainda não substitui os demais formatos. Como possível influência nessa questão, pode-se citar a quantidade de obras disponíveis no catálogo e as temáticas das obras, principalmente pela plataforma, segundo entrevista inicial exploratória com seus criadores, não ser voltada ao entretenimento ou possuir obras exclusivas desse segmento..

Gráfico 3 - Frequência que acessa a plataforma



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Para complementar a questão anterior, na questão 17 foi perguntado aos espectadores se eles recordam o número de obras assistidas na plataforma. Dos 54 espectadores, 13 sinalizaram ter assistido em média 1 a 4 obras, 12 de 8 a 10, 11 de 5 a 6, 6 de 14 a 20 e 2 mais de 30 obras, 8 espectadores disseram não lembrar o número. Esses resultados demonstram que, no total, mais de 30 espectadores que responderam o questionário assistiram no mínimo 5 obras na plataforma, demonstrando o interesse pelos conteúdos disponíveis; pode-se destacar a possibilidade de que, apesar de o acesso não acontecer de forma frequente, quando acessam buscam consumir diversos conteúdo, principalmente pelo grande número de curtas-metragens disponíveis. No Quadro 3, abaixo, apresentam-se as obras mais citadas pelos espectadores na questão 18, outras obras citadas em menor número foram: “The Pirate Bay AFK” (3), “Tchau, Querida!” (3), “Quando parei de me preocupar com canalhas” (3), “Privatizações” (3), “Terráqueos” (2), “3%” (2), “Viral” (2), “O Nostalgista” (2), “Human” (2), “Rip!” (2), “Metrópolis” (2), “A Carne é Fraca”, “Viagem à Lua”, “Quebrando o Tabu”, “Sementes da liberdade”, “Ciclo Urbano”, “Por um sonho urbano”, “Quando sinto que já sei”, “Tem gringo no morro”, “Limite”, “Grounded”, “Sintel”, “Tears of Steel”, “Eu não quero voltar sozinho”, “Ocupações estudantis”, “Revolution OS”, “Nuvens de Veneno”, “Planeta Oceano”, “Inproprietário”, “The Herd”, “Life in a Day”, “Filhos da Ditadura”, “Não vivamos mais como escravos”, “Brasil em Transe”, “Xploit”, “Por que meu cabelo é assim?”, “Que estranha forma de vida”, “A Manada” e “Remixofagia”.

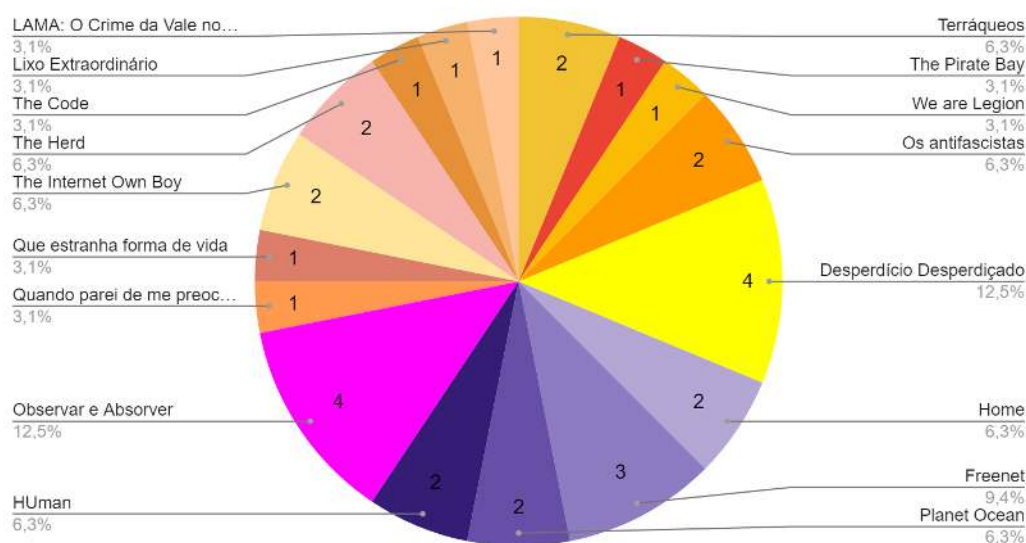
Quadro 3 - Obras mais citadas pelos espectadores

5 citações	5 citações	5 citações	4 citações
			
Freenet? (2016)	A educação Proibida (2012)	The Internet's Own Boy (2014)	Hotel Laide (2017)
4 citações	4 citações	4 citações	4 citações
			
Os Antifascistas (2017)	We are Legion (2012)	The Code (2001)	Observar e Absorver (2016)

Fonte: Elaborado pela autora (2019). Capas dos filmes: Libreflix.org.

Dentre as obras mais citadas apresentadas no quadro acima, 3 são produções brasileiras, o documentário “Freenet?”, dirigido por Pedro Ekman, citado por 5 espectadores, que aborda o futuro da liberdade na internet, o documentário “Hotel Laide”, dirigido por Débora Diniz, também citado por 5 espectadores, que tem como objetivo testemunhar sobre a urgência da resistência da política de redução de danos para os usuários de crack e o documentário “Observar e Absorver”, citado por 4 espectadores, de José Marques de Carvalho Jr, que conta um pouco sobre a filosofia de Eduardo Marinho. Observa-se que a maioria das obras, entre as mais e menos citadas, que os espectadores recordam são documentários que possuem objetivo de impacto social. Sobre esse assunto, questionou-se aos espectadores, na questão 19, se existe alguma obra que impactou em seus hábitos de consumo ou atitudes sociais e ambientais, as obras citadas pelos espectadores se apresentam no Gráfico 4, a seguir.

Gráfico 4 - Obras que impactaram nos hábitos dos espectadores



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O documentário realizado entre Brasil e Portugal “Desperdício Desperdiçado”, citado por 4 espectadores, lançado em 2017 e com direção de Pedro Serra, aborda o estilo de vida “Fregan” e o desperdício de alimento diário gerado pelo capitalismo que poderia alimentar a maior parte das pessoas que passam fome no planeta, mostrando a rotina e o consumo de pessoas desse movimento, que consomem de forma consciente e recuperando alimentos que seriam desperdiçados, atuando ativamente na sociedade para reverter a situação da fome. Esse documentário busca influenciar os espectadores na redução do desperdício, podendo ser a mudança citada pelas 4 pessoas que o mencionaram na questão.

O documentário “Observar e Absorver”, apontado anteriormente, também foi um dos mais aludidos pelos espectadores, retratando a rotina e as filosofias do artista Eduardo Marinho, vindo de família rica e com carreira construída, decidiu encontrar o sentido da vida, fugindo dos padrões impostos pela sociedade e compartilhando sobre as vivências e repressões em relação ao trabalho, ao sistema econômico e a religião. Um comentário relevante sobre esse impacto das obras foi sobre o documentário “The Internet’s Own Boy”, sobre o qual o espectador mencionou que o fez pesquisar sobre tecnologia e temas relacionados a computação, o fazendo considerar cursar uma graduação na área, ou conhecer movimentos que envolvem softwares.

Direcionando novamente o foco à relação dos espectadores com a plataforma, questionou-se aos espectadores se acompanham as redes sociais da Librefix, para verificar lançamentos ou sugestões de filmes. Dentre as respostas, 17 marcaram a opção “apenas

quando aparece nas publicações do meu feed de notícias”, 14 sinalizaram acompanhar todos os dias, 9 algumas vezes na semana, 7 apenas em momentos eventuais e 7 nunca acompanham. A partir desses resultados observa-se que os espectadores, em sua maioria, não buscam acessar as redes da plataforma, de modo específico, para descobrir as atualizações, mas aguardam que elas sejam apresentadas a eles de forma simultânea às demais publicações. Para poder ter maior controle do algoritmo das redes e aparecer com frequência para os espectadores de forma orgânica, sem investir dinheiro em impulsionamentos pagos, as publicações, principalmente nas páginas do Facebook e no perfil do Instagram, devem ser frequentes, buscando maior interação com o público.

No Quadro 4, estão resumidas as respostas dos espectadores sobre as motivações de acesso da plataforma, referente à questão 21 “Qual a sua maior motivação para consumir os conteúdos da Libreflix?”. Como observa-se no quadro, as principais motivações são em relação à qualidade do catálogo, conteúdo disponível, curadoria e liberdade, mencionando sobre a plataforma contar com obras que não são encontradas em outros espaços de exibição, obras alternativas, independentes, nacionais, entre outras. Um dos espectadores também menciona o fato de que se a Libreflix dispõe dessas obras no catálogo de forma livre e gratuita, não é necessário recorrer à pirataria para ter acesso a elas, mostrando dessa forma uma contribuição positiva que a plataforma oferece à indústria do cinema em geral. Outra questão recorrente nas respostas é o fato da plataforma ser de acesso gratuito e facilitado, podendo dessa forma, atingir um número maior de espectadores e impactar de alguma forma nos seus hábitos, no conhecimento, educação e senso crítico. Os espectadores também mencionaram o incentivo à produção audiovisual, possibilitando às obras que não encontram espaços nos cinemas e outros formatos de exibição, muitas vezes devido ao conteúdo ativista e político, um espaço aberto e acessível para alcançar o público final.

Quadro 4 - Motivação dos espectadores para acessar a Libreflix

Conteúdo livre, político e ativista (12)	Conteúdo diferenciado e alternativo (12)
Gratuidade (5)	Conteúdo de qualidade e relevante (8)
Acesso à obras nacionais e independentes (5)	Plataforma livre e aberta (4)
Facilidade de acesso (4)	Ideais da plataforma (5)

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Para compreender um pouco mais sobre como acontece o acesso, questionou-se aos espectadores em quais momentos normalmente acessam a plataforma, na Figura 24 apresenta-se o quadro com a frequência, o número de respondentes e a porcentagem equivalente, no qual pode-se observar que os espectadores que acessam durante a semana e aos finais de semana geralmente acessam no período da noite em ambos os casos, totalizando 24 marcações para durante a semana e 24 para os finais de semana, sendo que nos finais de semana, 13 espectadores também sinalizaram acessar a plataforma no período da tarde. Durante a semana no período da manhã e tarde o número de respostas foi muito menor, porém existente, indicando que possivelmente nesses casos, a Libreflix pode ser utilizada para fins eventuais ou educativos. Outros espectadores disseram não manter um padrão de acessos. A partir dos resultados da questão 23, na qual questionou-se como os espectadores acessam à plataforma, observa-se que nesses momentos 52 respondentes sinalizaram acessar sozinhos, 6 também acessam acompanhados, 4 com a família e apenas 1 com os amigos.

Figura 24 - Momentos que os espectadores acessam a plataforma

22. Em quais momentos você normalmente acessa a plataforma?

Múltipla escolha, respostas 54x, Não respondido 0x

Resposta	Respostas	Ratio
● Durante a semana no período da manhã	1	1,9 %
● Durante a semana no período da tarde	4	7,4 %
● Durante a semana no período da noite	24	44,4 %
● Nos finais de semana no período da manhã	4	7,4 %
● Nos finais de semana no período da tarde	13	24,1 %
● Nos finais de semana no período da noite	24	44,4 %
● Outra...	5	9,3 %

Fonte: Questionários Survio (2019).

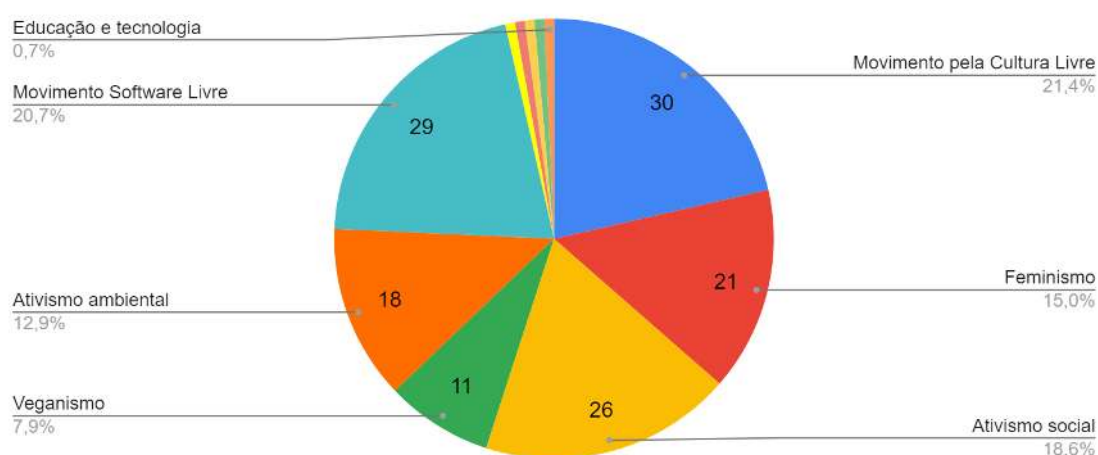
Pode-se observar a partir dessas respostas que o acesso não acontece de forma similar entre os espectadores, o que pode ser influenciado pelas diferentes motivações de acesso, sendo que para alguns, a plataforma é utilizada em momentos específicos, não de uma forma habitual, como entretenimento. Destaca-se também o fato de que a maioria costuma acessar sem a companhia de amigos ou familiares, o que pode ser consequência do

acesso aos conteúdos que estão relacionados a seus interesses pessoais e opiniões próprias que a plataforma oferece em seu catálogo.

Como foi observado através das molduras da plataforma no capítulo anterior, a Libreflix possui a divisão por temáticas que envolvem alguns movimentos sociais e ambientais. A partir dessa observação e da visualização das temáticas específicas das obras disponíveis, questionou-se aos espectadores sobre o pertencimento a algum dos movimentos apresentados, sendo eles o veganismo, feminismo, ativismo social, movimento pela cultura livre, movimento software livre ou se pertencem a algum outro que não estava citado. No Gráfico 5 apresenta-se as respostas dos espectadores, a partir de uma seleção de múltipla escolha, no qual observa-se que o maior número de citações foi para os movimentos de cultura e software livre, com 30 e 29 menções pelos espectadores respectivamente. O terceiro movimento mais citado foi o de ativismo social, no qual se enquadram grande parte das obras disponíveis na plataforma, principalmente as citadas pelos espectadores como influentes para mudança de hábitos.

Na sequência 21 respondentes mencionaram também fazer parte do movimento feminista, nesse momento se faz importante ressaltar que 15 mulheres responderam o questionário, então também é possível que alguns homens se visualizam como pertencentes ou apoiadores do movimento. Outros 18 respondentes sinalizaram fazer parte de um movimento de ativismo ambiental e 11 adeptos ao veganismo. Sobre outros movimentos que não foram mencionados, 1 espectador sinalizou fazer parte do movimento LGBT, 1 do movimento Ethical Fashion, 1 do movimento pela educação e tecnologia e 2 disseram não fazer parte de nenhum dos movimentos apresentados na plataforma.

Gráfico 5 - Pertencimento aos movimentos das obras disponíveis



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Para compreender um pouco mais sobre o perfil do espectador e as suas ligações com as temáticas e movimentos da Libreflix, questionou-se como os respondentes classificam suas ideologias políticas e ideológicas. Os dados obtidos estão apresentados no Quadro 5, algumas classificações foram citadas por mais de um espectador, das quais a classificação política de esquerda em diferentes vertentes, como esquerda progressista e radical, foi a mais citada, por 19 respondentes, a ideologia do anarquismo, citado por 5, a ideologia política socioeconômica comunista, citada por 4 pessoas. Alguns espectadores não classificam as suas ideologias dentro de uma definição em específico, mas se identificam com característica de distintas classificações políticas.

A partir das respostas apresentadas, pode-se observar que os espectadores da Libreflix, em sua maioria, fazem parte de distintos movimentos, mas que ambos possuem ligações a aspectos sociais e humanitários, sendo que a maioria dos participantes se identifica com ideologias da esquerda, assim como os conteúdos e temáticas das obras disponíveis na plataforma, que apesar de não definir a sua posição política explicitamente, comunica através da curadoria a aproximação com diferentes ideais apresentadas pelos espectadores.

Quadro 5 - Classificação de ideologias políticas/ideológicas

Libertário	Liberal
Esquerda em diferentes vertentes (19)	Ideologias voltadas para o social e para o lado humano e de consciência ambiental (3)
Social-democrata	Centro
Anarquismo (5)	Socialista em diferentes vertentes (2)
Comunista (4)	Sem definições (7)
Via Humanitas	Direita Social
Anárquico	Moderado
Progressista	Movimentos pelo software livre, cultura livre, anticapitalista

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Para finalizar essa sessão, perguntou-se aos espectadores, na questão 26, se costumam compartilhar informações ou indicar a plataforma para amigos. Os resultados obtidos apontaram que 49 respondentes costumam compartilhar, dos quais 3 disseram compartilhar também com os alunos e 1 espectador comentou “*sou divulgador da plataforma, pois acredito na ideia de inteligência coletiva: saber compartilhado e*

multiplicada cresce exponencialmente”. Apenas 5 respondentes disseram não ter o costume de compartilhar. Diante dessas respostas, observa-se a relevância da plataforma para maioria dos espectadores que responderam o questionário, que estão dispostos a compartilhar e a contribuir para o seu crescimento.

7.1.3 Percepção sobre o cenário atual do cinema

Para finalizar a apresentação dos resultados do questionário voltado aos espectadores, buscou-se compreender quais as percepções dos espectadores sobre o cenário atual do cinema nacional, iniciando pela questão 27, na qual questionou-se sobre qual a opinião geral dos usuários sobre esse cenário. No Quadro 6 apresenta-se o resumo das respostas dos espectadores para essa questão.

Quadro 6 - Opinião dos espectadores sobre o cenário atual do cinema nacional

Cenário melhorando e crescendo (4)
Péssimo momento em relação às políticas públicas para o setor (7)
Falta de incentivo e investimento (5)
Regredindo e ameaçado (6)
Produções independentes como alternativas com conteúdos de qualidade (2)
Desvalorização por parte do governo atual (11)
Plataformas online e independentes como solução para a distribuição fora do circuito comercial
Ótimas produções e obras de qualidade (8)
Conteúdo irrelevante em geral
Falta de espaço, acesso e divulgação (5)
Desvalorização pela população e espectadores (3)

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A partir dessas respostas podem ser feitas algumas considerações, uma delas, é a recorrência da menção sobre o impacto negativo do atual governo brasileiro sobre o cinema, corte de verbas e retrocesso em relação ao incentivo, comentários que reforçam as questões apresentadas na contextualização da pesquisa sobre o cenário atual, que mostram os cortes feitos pelo governo nos investimentos em produções nacionais e uma certa censura para temas que não se adequam aos ideais dos políticos representantes. Alguns

comentários são positivos em relação ao cenário, mencionando o crescimento do setor e as obras de qualidade, porém, a maioria dos comentários são negativos, principalmente em relação à desvalorização, divulgação escassa e falta de espaço para a exibição.

Alguns comentários também mencionam a falta de valorização das produções nacionais pelos espectadores brasileiros, nesse sentido, questionou-se aos respondentes na questão seguinte como observam o acesso da população ao cinema nacional e se acreditam que ainda existe preconceito sobre as obras brasileiras. De uma forma praticamente unânime, os espectadores apontaram o acesso ruim, dificultado em alguns lugares, principalmente em salas de cinema tradicionais, e mencionaram que ainda existe muito preconceito por parte do público em geral, sendo que alguns também justificaram esse preconceito pela forte influência, ainda muito presente, dos filmes norte-americanos e as temáticas comerciais apresentadas pela maior parte das obras as quais os brasileiros possuem acesso, como filmes de comédia, geralmente presentes nos cinemas. Alguns desses argumentos podem ser observados nos seguintes comentários: *“O acesso ainda é limitado, por isso o preconceito ainda existe, pois as obras que mais chegam as pessoas são obras dos mesmos gêneros e temáticas”* e *“Definitivamente há preconceitos sérios, uma vez que as obras de maior alcance ainda são as sob o controle da GloboFilmes. Cria-se, infelizmente, uma sensação inverídica de que filmes nacionais são todos assim, estilo “Zorra Total””*.

No tocante ao acesso ao cinema nacional, questionou-se aos espectadores na pergunta 29, se acreditam que a Libreflix contribui positivamente com a indústria do cinema nacional para a distribuição e exibição das obras e se acreditam que ela facilita o acesso da população ao cinema. Os resultados do questionário apontaram que 52 espectadores concordam em ambas as questões, apenas 1 mencionou “ainda não” e 1 não se sente apto a responder, pois ainda não conhece muito bem a plataforma. Os espectadores que acreditam nessa contribuição mencionaram que ela facilita o acesso à população trabalhadora, aos produtores audiovisuais independentes que não conseguem espaço em outros formatos de exibição e que atinge mais pessoas por ser online e gratuita, porém, alguns espectadores destacaram o fato dela ainda não ser tão popular e principalmente, que precisa de maior divulgação.

Outro ponto levantado por um espectador foi a questão da segmentação: *“Depende do que significa “acesso da população”. No país, somos mais de 200 milhões de pessoas.*

Não imagino que seja o objetivo da plataforma distribuir as obras de maneira tão ampla. Acredito que há potencial para crescimento, mas que ainda é uma plataforma voltada a um nicho. Talvez sua força esteja exatamente na atuação com segmentos mais determinados que num escopo mais amplo. No meu caso, acesso o Libreflix motivado por questões ideológicas, pois vejo que é uma plataforma que representa minha visão de mundo. Para ter um alcance global, a Libreflix teria que abrir mão de seu posicionamento para tornar-se mais "isenta"”. Já outro espectador mencionou a possibilidade de haver um “boicote” à plataforma devido à segmentação política e ativista, frente à polarização política atual do país.

Para visualizar a participação dos espectadores para a atuação da plataforma, buscou-se compreender a contribuição dos usuários com o financiamento coletivo disponível para manutenção e existência de Libreflix. Nas respostas referentes a essa questão, 27 respondentes mencionaram nunca ter contribuído, 17 já contribuíram 1 vez, 5 não possuem conhecimento da possibilidade, 1 já contribuiu algumas vezes e outros 4 comentaram ainda não ter contribuído devido à situação financeira e desemprego. A partir dos resultados verifica-se a necessidade de maior divulgação de como funciona o financiamento, das possibilidades de pagamento e valores, assim como maior destaque desse campo disponível na própria plataforma, em que, atualmente, não dispõe dessa opção de contribuição de forma visível.

Encerrando os resultados do questionário de espectadores, questionou-se sobre suas sugestões para a plataforma se tornar mais popular. A sugestão mais recorrente entre os espectadores foi em relação à maior divulgação, não apenas pelos administradores da plataforma mas pelos próprios usuários, principalmente nas redes sociais, Youtube, em matérias online e grupos de movimentos que seguem a temática das obras. Outra sugestão é em relação ao catálogo e segmentação, possuir mais obras, sendo algumas de conteúdo mais popular para levar mais pessoas a conhecer a plataforma. Para concluir essa questão, as demais sugestões dos espectadores estão resumidas e listadas a seguir:

- Fazer parcerias com escolas e universidades para exibição das obras e possibilitar espaço para incluir as produções dos estudantes;
- Criar um blog para produção de conteúdo relacionado às obras;
- Investir no aplicativo para celular e para Smart TV;

- Criar serviços pagos para obter maior renda e investir mais na divulgação;
- Disponibilizar o site em mais idiomas.

A partir das respostas obtidas nas diferentes subseções apresentadas, pode-se observar os fatores determinantes para que aconteça o acesso dos espectadores, podendo também ser alcançado o objetivo específico de **verificar como acontece o acesso e quem são os espectadores**. Resultados que mostram que a relação de consumo dos espectadores com a Libreflix ainda não pode ser considerada próxima, pois como observa-se nas respostas, a plataforma não se faz presente no hábito frequente do espectador, que continua na busca por alternativas para o consumo audiovisual. Observa-se que a maioria dos espectadores acessa a plataforma pelo diferencial dos conteúdos apresentados e para apoiar a iniciativa, podendo ser definida como uma janela de exibição para momentos determinados quando o espectador busca uma opção além do entretenimento comercial, se apresentando também como uma alternativa de relevância de conteúdo, representatividade e impacto social.

7.2 PERCEPÇÃO DOS DIRETORES RESPONSÁVEIS PELAS OBRAS

Através do contato feito por e-mail e pela página oficial das obras no Facebook, foram alcançadas respostas de 7 responsáveis por obras disponíveis no catálogo da Libreflix. Nesta seção, serão apresentados os dados referentes aos recursos utilizados para a produção das obras, histórico de exibição e suas motivações pessoais e percepções sobre a plataforma e sobre o cenário do cinema atual.

O questionário foi respondido por Rubens Passaro, diretor e roteirista do documentário “Crack - Repensar” (2015), Bruno Graziano, diretor das obras “Largou as Botas e Mergulhou no Céu” (2016), “Tem Gringo no Morro” (2013), “Parece Comigo” (2016), “O Acre Existe” (2014) e “Cinema, Gerais e Barus” (2018), Pedro Ekman, diretor de “Freenet” (2016), Pedro Fávero, diretor de “O Rap pelo Rap” (2015), Arthur Moura, diretor de “Conservadorismo em Foco” (2018), Richardson Nicola Pontone, diretor de “LAMA: O Crime da Vale no Brasil” (2019) e Livia Perez, diretora e roteirista do documentário “Quem matou Eloá?” (2015).

A primeira questão destinada aos responsáveis pelas obras foi em relação aos recursos utilizados para a realização da obra disponível na plataforma. As respostas

apontaram que o documentário “Crack-Repensar” foi produzido através de edital do concurso do Selo Fiocruz Vídeo 2013⁴⁷, edital que fomenta produções independentes sobre problemas de saúde pública. Das obras do diretor Bruno Graziano, apenas o documentário “Parece Comigo” foi realizado através de um edital para curta-metragem, os demais foram financiados com recursos próprios dos produtores. Em continuidade, “Freenet” foi produzido através de financiamento da Fundação Ford e do Conselho Gestor da Internet, “O Rap pelo Rap” foi elaborado de forma totalmente independente para o Trabalho de Conclusão de Curso do diretor, “Conservadorismo em Foco” foi realizado através de financiamento coletivo no site Vakinha, “LAMA - O Crime da Vale no Brasil” através de financiamento indireto de movimento sociais e sindicatos e “Quem matou Eloá?” com recursos do Edital Carmem Santos de Cinema da Secretaria do Audiovisual e da Secretaria de Políticas para as Mulheres, ambos extintos atualmente.

A partir dessas respostas, observa-se que a maior parte das obras não recebeu apoio das leis de incentivo à cultura ou de órgãos do governo, sendo necessária a busca por financiamentos de instituições que apoiam as produções independentes e, em alguns dos casos, o investimento da própria equipe de produção e realização.

Destes diretores, 3 disseram ter conhecido a Libreflix através de sites e matérias online, 3 por amigos e conhecidos e 1 deles mencionou que a plataforma entrou em contato solicitando autorização para inserir o filme no catálogo e foi autorizado. Na questão 5, questionou-se aos diretores quais as motivações para disponibilizar as obras na plataforma, as respostas completas estão apresentadas no Quadro 7, abaixo, nas quais ambos mencionaram o acesso facilitado que a plataforma permite ao público, principalmente devido à gratuidade e pela sua independência.

Quadro 7 - Motivações dos responsáveis pelas obras para disponibilizar na Libreflix

<p>“Crack - Repensar já estava disponível no canal do youtube da Fiocruz. Nesse edital específico da Fiocruz, ela é detentora dos direitos do filme, que são financiados e pouco tempo depois de sua conclusão disponibiliza ele no youtube. A ideia é compartilhar informação. Achei a proposta da ferramenta muito interessante, mais um espaço que o filme poderia estar disponível ao público gratuitamente”</p>
--

<p>“Uma plataforma com boa visibilidade, proposta gratuita condizente com nosso tempo, livre de publicidade e com uma curadoria de temáticas e função social”</p>

<p>“Livre difusão do conteúdo”</p>

⁴⁷ Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/fiocruz-video>. Acesso em: 06 out. 2019.

“A ideia do filme O Rap Pelo Rap é estar disponível para a maior quantidade de pessoas possível e o Libreflix possibilita isso. O principal objetivo é levar a mensagem do Rap e Hip Hop para mais pessoas, sem barreiras, e o Libreflix é um facilitador nesse processo”
“Ampliar o acesso”
“Plataforma livre, colaborativa, sem fins lucrativos e que não pertence a grande conglomerados”
“Achei a iniciativa interessante por ser justamente gratuita”

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A partir do conhecimento das motivações, buscou-se compreender quais benefícios os responsáveis pelas obras acreditam que são proporcionados pela disponibilização das produções na plataforma. De modo geral, eles responderam que é preciso considerar como benefício a contribuição para democratização do acesso, a credibilidade que a plataforma dispõe devido sua curadoria, a semelhança dos objetivos da Libreflix com o da obra, a facilidade na disponibilização, sem objetivos comerciais, e a maior visibilidade para a obra.

Também questionou-se aos diretores sobre o caminho percorrido pelas obras em outros momentos de exibição antes de chegar à Libreflix. No caso do filme “Crack - Repensar”, o diretor mencionou que a obra percorreu um circuito de mais de 20 festivais, nacionais e internacionais, além de ficar disponível no canal da Fio Cruz, como mencionado no Quadro 7, observa-se que nesse caso o apoio da empresa foi fundamental para o alcance e divulgação da obra. O diretor Bruno Graziano mencionou que nenhuma de suas obras foram disponíveis no circuito comercial, algumas foram exibidas em circuitos de festivais de cinema nacionais, exibições alternativas, licenciadas em canais de televisão, exibidas em cineclubes e algumas também foram disponibilizadas no Vimeo e Youtube. Por sua vez, “Freenet” foi exibido em salas de cinema comerciais, em exibições gratuitas, cineclubes, projeções coletivas e também pode ser encontrado no catálogo do Canal Brasil. Segundo o diretor Pedro, “O Rap pelo Rap” estreou no Festival In Edit em 2014 e percorreu mostras, festivais e eventos por todo Brasil, sendo também disponibilizado em DVD e completo no YouTube, também teve sua estreia no canal Music Box Brazil e é exibido eventualmente em ocasiões especiais. O documentário “Conservadorismo em Foco” foi exibido em salas de cinema e também disponibilizado no Youtube. O documentário sobre a tragédia de Brumadinho, “LAMA - O Crime da Vale no Brasil”, foi exibido em salas de cinema, exibições públicas ao ar livre, cineclubes e disponibilizado online no Youtube e para download. Por fim, o documentário “Quem matou Eloá?” foi

exibido em circuitos nacionais e internacionais de cinema e disponível para TV paga e online no Youtube.

Em relação ao cenário de distribuição e exibição de filmes brasileiros, questionou-se aos diretores como observam a Libreflix. Nas respostas, os diretores disseram visualizar a plataforma como interessante, de grande destaque, como “um embrião de uma ideia de grade e de execução eficiente”, uma “cinemateca digital de livre acesso”, além de ser muito importante para democratizar e facilitar o acesso ao cinema brasileiro e como plataforma “imprescindível que respeita os direitos dos realizadores”. Um dos diretores também mencionou ser uma ótima iniciativa, porém dificultada devido a existir poucas produções licenciadas em *Creative Commons*. Na questão seguinte, ambos os realizadores disseram acreditar que a plataforma, por ser aberta e gratuita, pode ser uma das alternativas para a democratização e maior alcance do cinema nacional.

Sobre a influência da Libreflix para a repercussão das obras, os diretores mencionaram não conseguir medir, mas receber comentários sobre pessoas que têm o seu primeiro contato com a obra através da navegação na plataforma, acreditando dessa forma na influência para a sua repercussão e divulgação. Um dos pontos levantados pelos respondentes foi o fato de não conseguirem medir o público pois não recebem relatórios de audiência da plataforma. Nesse sentido, deve-se sugerir a plataforma continuar a estabelecer relações próximas com os responsáveis pelas obras, mostrando a credibilidade e os benefícios reais na disponibilização da obra, podendo se tornar um espaço de exibição para outras obras do diretor, como é o caso do diretor Bruno Graziano, que encontrou na Libreflix uma alternativa de espaço de exibição livre e gratuito para disponibilizar 5 de suas obras.

Em relação a audiência total que as obras receberam desde o seu lançamento, 3 diretores disseram não conseguir mensurar, sendo que em muitos momentos os filmes foram exibidos publicamente e baixados por professores para exibição em sala de aula. Já “O Rap pelo Rap”, por exemplo, atingiu mais de 500 mil espectadores, o qual, como mencionado anteriormente, foi distribuído em salas de cinema comerciais, participou de mostras e festivais de cinema, e exibido em cineclubes e canais de televisão.

Para a compreensão da relação geral que os diretores estabelecem com a plataforma, questionou-se se além de contribuir com as obras, também costuma acompanhar como espectador, os quais responderam acompanhar e ter assistido algumas obras, porém não o fazem com frequência. Finalizando a subseção sobre as percepções dos responsáveis pela

plataforma, perguntou-se quais as sugestões que dariam para a Libreflix se tornar mais popular. O resumo das sugestões apresentadas pelos diretores para impulsionar a plataforma pode ser conferido na lista abaixo:

- Continuar a investir na curadoria séria das obras;
- Acrescentar mais obras no catálogo, com destaque às obras relevantes ao momento;
- Investir na divulgação dentro e fora da internet para alcançar maior público;
- Estrear obras exclusivas na plataforma;
- Fazer parcerias com produtores de conteúdo e criar obras exclusivas e produções próprias;
- Fazer campanha de apoio com materiais promocionais;
- Criar um contato mais próximo com produtores independentes;

A partir dessas respostas pode-se responder uma das questões de pesquisa, que questiona **como a Libreflix é vista pelos produtores e diretores dos filmes disponibilizados**, observando-se por final que os responsáveis demonstram acreditar no potencial da plataforma e no impacto positivo gerado por ela para possibilitar o acesso facilitado as suas obras e ser uma das alternativas para tornar esse acesso mais democrático. Além disso, Observam a plataforma como uma alternativa de alcance e visualização significativos, com credibilidade devido à curadoria de temáticas e principalmente pela facilidade de contato, gratuidade e liberdade, possibilitando acesso aos produtores independentes e aos conteúdos com posicionamentos e causas que não são aceitos com facilidade em outros espaços.

7.2.1 Percepção dos diretores sobre o cenário atual do cinema no Brasil

Neste momento, buscou-se compreender qual a percepção que os diretores responsáveis pelas obras possuem sobre o cenário atual do cinema no Brasil. Para iniciar, questionou-se sobre como observam a questão do preconceito sofrido pelas obras nacionais, se acreditam que ainda existe, questão para a qual alguns mencionaram acreditar que ainda existe, mas mencionaram ter diminuído. Outros também citaram que o preconceito criado em relação às obras brasileiras se dá devido à má distribuição e espaço de exibição, como já mencionado pelos espectadores, os brasileiros em sua maioria não

possuem acesso facilitado à obras que se distanciam dos padrões comerciais, criando por meio disso a visualização do cinema a partir dos conceitos que possui acesso. Os diretores também mencionam que o preconceito pode ser elevado com os ataques direcionados do governo atual ao cinema nacional e o setor cultural em geral.

No que se refere a opinião dos realizadores sobre a contribuição do cenário digital atual para o cinema nacional, 4 afirmaram acreditar na contribuição positiva, sendo que um dos realizadores mencionou que o digital contribui para os produtores de conteúdo audiovisual em diversas formas, porém em relação ao público do cinema, não visualiza como formador de público, observando apenas como “repositório digital” para armazenamento do conteúdo após as exibições em outros locais. Outro diretor comentou ser uma contribuição positiva principalmente para o acesso da população de classe média vulnerável ao cinema, pois possibilita maior alcance pela internet estar presente em quase todos os lugares. Por outro lado, um diretor também mencionou que esse cenário ainda não contribui positivamente, devido à lógica de algoritmos e plataformas fechadas que dominam a rede e a centralização de poder e produção, as quais não contribuem para o aumento da produção nem para melhorar a distribuição.

Para finalizar, a percepção dos diretores sobre o cenário atual do cinema brasileiro, questionou-se como eles visualizam os próximos anos para a produção, distribuição e exibição de novas obras. Assim como os espectadores, os realizadores não visualizam o cenário atual e futuro do cinema de forma positiva, mencionando o impacto negativo e ameaças do governo atual, bem como os cortes de verbas para a produção de novas obras. Um dos diretores mencionou que apesar dos cortes e impacto negativo para as grandes produções, as produções menores devem aumentar, as quais deverão buscar alternativas de exibição em plataformas online e espaços de cota destinados por lei na TV por assinatura. Em relação a essas cotas, enquanto uns observam de forma positiva para o cinema nacional e produções menores, outros mencionam ser uma forma negativa, pois o espaço geralmente é ocupado pelas grandes produtoras, criando-se a partir disso um monopólio no qual apenas os maiores são beneficiados, principalmente nas salas de cinema comerciais. Por fim, os diretores também mencionaram a necessidade de organização e imposição da classe artística e realizadores de cinema em geral frente às decisões políticas para o setor.

8 CONCLUSÕES

A realização desta pesquisa aconteceu a partir da motivação de compreender o funcionamento da indústria do cinema nacional, através da observação do universo da distribuição e exibição, das produções independentes e os espaços alternativos de exibição, buscando também identificar a existência e perfil do público espectador para o segmento de consumo de cinema estudado. O principal objetivo da pesquisa foi analisar como a plataforma Libreflix se constitui enquanto janela de distribuição e exibição do cinema brasileiro, analisando seus objetivos e observando a sua contribuição para o acesso à cultura e para o circuito do cinema atual. Os objetivos específicos, presentes na construção de todo o trabalho, nos possibilitaram identificar como a plataforma se constitui em termos de propósito e colaboração, além de observar como os produtores e diretores dos filmes disponibilizados percebem a plataforma, e verificar como acontece o acesso e quem são os espectadores e observar as características da plataforma. A partir do método de estudo de caso, concretizado através da colaboração e respostas dos 54 espectadores, 7 diretores das obras, 4 administradores e colaboradores da plataforma com os questionários enviados, e da observação e análise da plataforma através das molduras, pode-se por fim alcançar todos os objetivos e apresentar a resolução do problema de pesquisa.

Através desses métodos, foi possível observar e conhecer um pouco mais sobre as características dos espectadores da plataforma, os quais em sua maioria possuem ligações pessoais com as temáticas das obras disponibilizadas, motivo principal pelo qual fazem a utilização da plataforma. Um exemplo disso, como citado nos resultados, é em relação às causas sociais, movimentos e posições políticas ideológicas que compartilham com a Libreflix, a qual se apresenta como uma alternativa para o consumo desses conteúdos audiovisuais que não encontram espaço no cenário comercial da distribuição e exibição do cinema nacional.

O acesso à plataforma também não faz parte da rotina dos espectadores, a qual devido à segmentação das obras, costuma ser acessada em momentos ocasionais, não sendo utilizada como uma forma de entretenimento, como geralmente são vistos outros espaços de exibição audiovisual e as próprias salas de cinema comerciais. Apesar dessa questão, observa-se que os espectadores que acessam à plataforma reconhecem a relevância do seu conteúdo, compartilhando a iniciativa com outras pessoas e buscando contribuir, de sua maneira, para a divulgação da ideia, dos títulos disponíveis e dos seus propósitos.

Como mencionado, os espectadores que responderam o questionário também não dão prioridade para acessar obras brasileiras, fator que pode ser influenciado pelo pouco conhecimento e acesso aos títulos além da plataforma, sendo que nas salas de cinema tradicionais, por exemplo, quando são disponibilizados filmes nacionais, geralmente possuem as mesmas temáticas, gênero e pertencem às grandes produtoras e distribuidoras, possibilitando ao espectador a visualização do cinema nacional a partir dos clichês comerciais generalizados e desmotivando o interesse por conhecer outros títulos. Nesse caso, os espectadores demonstraram interesse em conhecer um outro lado do cinema brasileiro e sinalizaram a Libreflix como uma alternativa para acessar e conhecer novos títulos. Pode-se observar também, a moldura que a plataforma cria para as obras nacionais disponíveis no catálogo, as quais a partir do momento em que estão inseridas em um ambiente de curadoria crítica e social, podem também se tornar mais relevantes aos olhos do espectador.

Da mesma forma, os propósitos da plataforma se apresentam de forma clara e conectada entre os criadores e administradores, se constituindo a partir dos mesmos ideais políticos, ativistas e de cultura livre, os quais de uma forma geral, utilizam a Libreflix como espaço de expressão desses ideais, bem como a demonstração da oposição às condições de consumo e alternativas audiovisuais que não compactuam com as questões de liberdade de expressão, facilitação e democratização de acesso. E é justamente para o alcance desses propósitos e colaboração com a sociedade, que a plataforma se estrutura através de código aberto e software livre, que o acesso às obras audiovisuais é possibilitado através do *streaming* gratuito e ainda, possibilita a ocupação do espaço de exibição por produções independentes, de baixo orçamento, de bordas e produções universitárias.

Esses propósitos também se aproximam das motivações dos diretores das obras em disponibilizar o conteúdo na plataforma, principalmente por ela contribuir para a divulgação e acesso a essas produções fora do cenário do entretenimento comercial, com temáticas de impacto e poucos recursos para percorrer o circuito tradicional, em especial no atual momento de desvalorização do cinema no Brasil. De modo geral, a Libreflix é percebida pelos diretores como uma alternativa facilitada de distribuição e exibição, destacando-se quanto à credibilidade da curadoria das obras, uma vez que configura-se como uma das alternativas para potencializar e contribuir para a democratização do acesso ao cinema no Brasil.

Um dos principais pontos necessários para a consolidação da plataforma como uma alternativa de impacto real ao cinema brasileiro, o qual foi mencionado por espectadores e diretores das obras, é o investimento em divulgação, não envolvendo necessariamente investimento financeiro, mas a produção de conteúdo nas redes sociais, a maior interação com os espectadores, tornando-se parte do seu círculo de conexões e, principalmente, mantendo relações próximas com os responsáveis pelas obras, possibilitando a realização de parcerias para a divulgação de ambos, bem como a maior visibilidade da plataforma para o conhecimento de realizadores audiovisuais em busca de espaço para exibição e alcance de público, contribuindo para o aumento do catálogo e atraindo mais público.

Após a observação mais detalhada nas construções e molduras da plataforma, nota-se que apesar da breve atuação, como um projeto que está disponível ao público a pouco mais de 2 anos, com 30 mil usuários cadastrados e 85 mil acessos ao mês, a Libreflix se estrutura de uma forma que pode proporcionar a experiência de exibição completa, sem complicações, de forma organizada, simplificada e qualificada, se comparada às demais plataformas disponíveis, se aproximando às características das plataformas comerciais que possuem o sistema de planos mensais pagos. Essa estruturação da Libreflix facilita o acesso do espectador para conhecer esses conteúdos, e talvez em outras plataformas gratuitas ou outras ferramentas de acesso podem ser mais complicadas, de forma que no ambiente da plataforma, o espectador possa navegar de forma familiarizada e podendo direcionar sua atenção para o conteúdo das obras. Se concretizados os objetivos futuros propostos pelos administradores, através do financiamento coletivo, melhorando as funcionalidades e possibilidades de entrada, o hábito do espectador poderá também ser transformado, possibilitando a plataforma se tornar uma janela de exibição online compatível com as demais plataformas comerciais que fazem parte da rotina dos espectadores.

Por fim, pode-se concluir que a plataforma Libreflix se constitui como uma janela de exibição de fácil acesso e credibilidade para os espectadores, produtores e diretores de cinema, ainda em processo de crescimento e divulgação, que da sua maneira, contribui para que a distribuição e exibição dos filmes nacionais aconteça de forma mais democrática. Proporciona o acesso de todos que estão conectados à internet, sem barreiras territoriais, distinções sociais e econômicas, viabilizando a distribuição e exibição de filmes nacionais de forma colaborativa e facilitada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as conclusões sobre a resolução do problema de pesquisa e o alcance de todos os objetivos propostos, me coloco neste momento em primeira pessoa para compartilhar as principais considerações sobre a pesquisa. Uma das limitações para o alcance destes objetivos foi em relação ao envio do questionário para os diretores e responsáveis pelas obras, desde o momento de encontrar seus contatos, através da busca em sites pessoais, páginas oficiais das produções e outros meios, demonstrando certo distanciamento deles para contato com o público, algo que eu, pessoalmente, pensava que seria diferente devido às temáticas sociais e ao fato de as obras não estarem no circuito comercial. Apesar disso, àqueles que responderam o questionário se mostraram interessados em colaborar com a pesquisa, respondendo de forma completa a todas as questões.

As motivações iniciais para realizar o estudo surgiram a partir da busca e curiosidade por compreender um pouco mais sobre o cinema brasileiro, a sua história, o cenário atual, como funcionava a indústria, compreender como o cinema independente encontrava o seu espaço e como o futuro do cinema era visualizado, em relação a ascensão das plataformas de *streaming*. Também possuía uma relação especial com a plataforma Libreflix, enquanto a abordagem social e política das obras disponíveis e, principalmente sobre a possibilidade dela alcançar muitas pessoas que não possuem acesso ao cinema, questão que pode ser melhor visualizada através dessa pesquisa. Também buscava utilizar dos conhecimentos adquiridos durante os 4 anos de curso de graduação para contribuir com este cenário, e agora, após esse ano de muitas leituras e pesquisas, acredito ainda mais nesta possibilidade.

Esta pesquisa foi organizada de maneira que vários assuntos foram observados e contemplados de uma forma mais geral, os quais em pesquisas futuras, acredito, apresentam potencial de serem aprofundados, principalmente em relação às plataformas digitais e a relação com as produções independentes, de bordas, de baixo orçamento, com abertura especial ao estudo do gênero documental nesse ambiente. Outra possibilidade de estudo é a relação destas plataformas com as produções independentes universitárias, e a aproximação de ambas para contribuir com cenário da distribuição e exibição. Espero com o presente estudo incentivar o olhar para este cenário do audiovisual brasileiro e para a exploração de formas alternativas de pesquisar e observar o cinema e o papel da publicidade na sociedade.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. **Visões cibertemporais: a inserção do cyberpunk nos estudos de comunicação e cibercultura.** Famecos/PUCRS. N.14. Porto Alegre: 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/883/11790>. Acesso em: 27 maio 2019.
- ANCINE. **ANCINE volta a operar normalmente após novo Acórdão do TCU.** Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/ancine-volta-operar-normalmente-ap-s-novo-ac-rd-o-do-tcu>: Acesso em: 26 maio 2019.
- BALLERINI, Franthiesco. **Cinema brasileiro no século 21: reflexões de cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional.** São Paulo: Summus, 2012.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. *In: Obras escolhidas I.* São Paulo: Brasiliense, 1987.
- Biblioteca IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal: 2017.** Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101631>
Acesso em: 07 abr. 2019.
- BONIN, Jiani Adriana. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. *In: MALDONATO, Alberto Efendy. Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.* Porto Alegre: Sulina, 2011.
- BRAGHINI, Kéliana. **Atualizações da Netflix na Internet: múltiplas flâneries.** 2018. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, São Leopoldo, 2018.
- BRASIL. Ministério da Economia. Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. **Governo Federal reduz de 29 para 22 de ministérios.** 2019. Disponível em: <http://www.planejamento.gov.br/noticias/governo-federal-reduz-de-29-para-22-de-ministerios>. Acesso em: 26 maio 2019.
- BRITZ, Iafa. **Film Business: o negócio do cinema/** Iafa Britz, Rodrigo Saturnino Braga, Luiz Gonzaga de Luca; Adriana Dias, Letícia de Souza Barbosa (org.); Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CRETON, Laurent. **L'économie du cinéma: en 50 fiches.** Paris: Armand Colin, 2008.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FELINTO, Erick. **Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica.** 2011. E-Compós, 14 (1). Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.548>. Acesso em: 25 maio 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. 2017. Rio de Janeiro.

Disponível em:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/bibliotecacatalogo?view=detalhes&id=2101631>.

Acesso em: 07 maio 2019.

IKEDA, Marcelo. **Cinema brasileiro a partir da retomada**: aspectos econômicos e políticos. São Paulo: Summus, 2015.

IKEDA, Marcelo; LIMA, Dellani (org.). **Cinema de garagem**: panorama da produção brasileira independente do novo século. Rio de Janeiro: WSET Multimídia, 2012.

IKEDA, Marcelo. Novos desafios na curadoria e programação no cinema brasileiro do século XXI. In: MENOTTI, Gabriel (org.). **Curadoria, cinema e outros modos de dar a ver**. Vitória, ES: EDUFES, 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KILPP, Suzana. Ethicidades televisivas: molduras e moldurações. In: **Revista Fronteira (UNISINOS)**, v.IV, p.209 - 218, 2002. Disponível em:

<http://www.suzanakilpp.com.br/artigos/Ethicidades-televsivas-molduras-molduracoes.pdf>.

Acesso em: 03 jun. 2019.

KILPP, Suzana. Mundos Televisivos e Sentidos Identitários na TV. In: **Cadernos IHU Idéias**. 2003. Disponível em:

<http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ideias/007cadernosihuideias.pdf>.

Acesso em: 13 out. 2019.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens**: espelhos, câmeras e imagens especulares em *reality shows*. Porto Alegre: Entremeios, 2010. 124 p.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 7ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. 295 p. (Coleção Cibercultura).

LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre**: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade. Tradução: Fábio Emilio Costa. (cc) Creative Commons 1.0 — Attribution / No Commercial Use. 2004.

LÉVY, Pierre: tradução de Carlos Irineu da Costa. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIBREFLIX. Disponível em: <https://libreflix.org/>. Acesso em 30 mar. 2019.

LYRA, Bernardete. Cinema periférico de bordas. In: **ESPM , Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo: 2009. Vol.6. N.15. P.31-47. Disponível em:

<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/145/145>. Acesso em: 04 jun. 2019.

LYRA, Bernardete. Cinema de Bordas: a experiência de uma curadoria. *In*: MENOTTI, Gabriel (org.). **Curadoria, cinema e outros modos de dar a ver**. Vitória, ES: EDUFES, 2018.

MALINI, Fábio. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MELEIRO, Alessandra. (Org.). **Cinema e Mercado**. 1. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2010. 3 v.

MENOTTI, Gabriel. **Através da sala escura: espaços de exibição cinematográfica e VJing**. São Paulo: Intermeios; Vitória, ES: Prefeitura Municipal de Vitória, 2012.

MONTAÑO LA CRUZ, Sonia Estela. **Plataformas de vídeo: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade**. 2012. 174 f.

MORENO, Antonio. **Cinema brasileiro: história e relações com o Estado**. Niterói: EDUFF; Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994.

NUDELIMAN, Sabrina; PFEIFFER, Daniela. Novas Janelas. *In*: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e Mercado**. 1. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

OBSERVATÓRIO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Informe Anual Preliminar 2018**. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/informe-anual-preliminar-2018>. Acesso em: 07 maio 2019.

OBSERVATÓRIO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Salas de exibição 2018**. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_salas_de_exibicao_2018.pdf. Acesso em: 28 set. 2019.

PÉRGOLA, Alessandra. **O cinema e a produção audiovisual: Um estudo preliminar sobre as novas formas de distribuição na Internet**. 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pergola-alessandra-distribuicao-na-internet.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.

ROSSI, Guilmour; GOMES-JR, Luiz; Libreflix: A Peer-to-peer On-demand Video Platform for Free Streaming. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB (WEBMEDIA): WORKSHOPS E PÔSTERS*. 2019, Porto Alegre: SBC, 2019.

ROSSI, Guilmour. Streaming Livre: Pensando uma Distribuição Digital do Comum na Era do Streaming. *In: I CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE O COMUM E OS COMMONS*, 2019, Caxias do Sul: No prelo.

RUY, Karine dos Santos. **E o cinema se reinventa**: reflexões sobre o impacto da tecnologia digital no mercado cinematográfico. 2015. Disponível em: <http://www.labaudiovisual.com.br/labav/wp-content/uploads/2017/10/E-o-cinema-se-reinventa-Reflex%C3%B5es-sobre-o-impacto-da-tecnologia-digital-no-mercado-cinematogr%C3%A1fico.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.

RUY, Karine dos Santos. **Um Longa na cabeça e (bem) menos de R\$ 1 milhão na conta**: estudo sobre a produção e a circulação do cinema de baixo orçamento no Rio Grande do Sul. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - PUCRS. Porto Alegre, 2016.

SAMUEL, Alexandra Whitney. **Hactivism and the Future of Political Participation**. 2004. Tese (Doutorado em Filosofia) - Harvard University. Cambridge, 2004.

SAYURI, Juliana. As 5 mudanças do Governo Bolsonaro na Lei Rouanet. **Nexo Jornal**: 23 de Abr. de 2019. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/04/23/As-5-mudan%C3%A7as-do-governo-Bolsonaro-na-Lei-Rouanet>. Acesso em: 26 maio de 2019.

SILVA, Hadija Chalupe da. **O filme nas telas**: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual**: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOMEKH, Bridget; LEWIN, Cathy. **Teoria e métodos de pesquisa social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

TRINDADE, Teresa Noll. **Documentário e mercado no Brasil**: da produção à sala de cinema. 1. ed. São Paulo: Alameda, 2014.

VALIATI, Leandro. **Economia da cultura e cinema**: notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul. São Paulo: Ecofalante, 2010.