

## **A nova democracia?:**

*Rotten Tomatoes, Metacritic, Twitter e IMDb*<sup>1</sup>

Mattias Frey<sup>2</sup>

Tradução: Wanderley de Mattos Teixeira Neto<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Artigo de autoria do professor Mattias Frey, da University of Kent, no título original *The New Democracy?: Rotten Tomatoes, Metacritic, Twitter, and IMDb*. O texto integra o livro *Film Criticism in the Digital Age*, organizado por ele e pela professora Cecilia Sayad (2015, p. 81 – 98), publicado pela Rutgers University Press.

<sup>2</sup> Mattias Frey leciona nos módulos de Cinema e Estudos da Mídia na Escola de Artes da Universidade de Kent, situada em Canterbury, Inglaterra, desde 2008. Frey também é diretor do Centro de Pesquisa de Cinema e Mídia e editor da revista *Film Studies*. Obteve bacharelado e doutorado na Universidade de Harvard e possui artigos e livros publicados na área de recepção cinematográfica, cultura cinematográfica e estudos da crítica de cinema.

<sup>3</sup> A tradução foi realizada por Wanderley de Mattos Teixeira Neto, doutorando e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia e integrante do GRIM – Grupo de Pesquisa Recepção e Crítica da Imagem.

**e-mail: [wndneto@gmail.com](mailto:wndneto@gmail.com)**

### Resumo

O intuito do presente artigo é entender como o discurso da democracia digital é articulado na defesa e na contestação do argumento da dissolução da autoridade do juízo crítico em tempos de mídias sociais, agregadores de críticas e outras plataformas da internet. Através de uma análise dos posicionamentos discursivos e das políticas operacionais do site *Rotten Tomatoes*, podemos relativizar o entusiasmo pelas defesas de uma nova realidade marcada por supostas relações horizontais entre os críticos de cinema e os seus leitores através do estudo de três elementos dessa defesa endossada pelo referido site: a objetividade, o acesso e a participação. Assim, sites com propostas democratizantes como o *Rotten Tomatoes* podem reforçar noções tradicionais sobre a autoridade discursiva da crítica.

Palavras-chave: Crítica; Democracia Digital; Rotten Tomatoes; Autoridade Discursiva.

### Abstract

The purpose of this article is to understand how the discourse of digital democracy is articulated on speeches about the dissolution of authority in movie critical judgments in the digital era ruled by social media, aggregators and other platforms. Through an analysis of *Rotten Tomatoes's* discursive positions and operational policies, we can relativize enthusiasms about a new reality supposedly marked by horizontal relationships between film critics and their readers. Three aspects were analysed: objectivity, access and participation. We verified that sites with democratizing proposals such as the *Rotten Tomatoes* can reinforce traditional concepts about the authority of critics.

Keywords: Criticism; Digital Democracy; Rotten Tomatoes; Discursive Authority.

Em janeiro de 2013, críticos de cinema reagiram com apoplexia a *O Impossível* (2012), o *filme catástrofe* protagonizado por Naomi Watts e Ewan McGregor. O alvo da revolta dos críticos não era o roteiro, as performances do elenco ou a estética do filme. Na verdade, os textos sobre o longa-metragem foram de uma maneira geral positivos. A crítica entendeu como preocupante a campanha de marketing e, acima de tudo, os pôsters da produção. Um deles destacava entre 24 e 25 cotações em estrelas positivas para a obra, e sete trechos de comentários recomendando o filme. Contudo, no lugar das críticas dos jornais, televisão ou rádio, a maioria das declarações em destaque vinham de @browning\_33, @katie\_m\_kelley e @lisamegan4, ou seja, usuários do Twitter e não críticos profissionais.

Robbie Collin, principal crítico de cinema do jornal *Daily Telegraph*, questionava: “Quem precisa de críticos de cinema? A agência de publicidade de *O Impossível* não precisa. O último anúncio impresso do visceral drama sobre o *tsunami* de Juan Antonio Bayona não traz uma menção positiva ao filme feita por críticos reconhecidos”<sup>1</sup> (COLLIN, 2013). Esse traço da publicidade do longa incomodou Collin porque o título em questão também recebera comentários positivos de publicações reconhecidas, incluindo o próprio *Daily Telegraph*. Para o crítico, a campanha publicitária representou um “possível próximo passo depois das ações de rua, dos embaixadores de marca e do marketing disfarçado”<sup>2</sup>, funcionando como parte de uma “capciosa agenda a longo prazo”<sup>3</sup> (Ibid.) gestada por produtores de cinema. “A equipe de marketing de *O Impossível* provavelmente concluiu que os espectadores comuns de cinema seriam muito dóceis com o filme

---

<sup>1</sup> Tradução para: “Who needs film critics? Not the advertising agency promoting *The Impossible*. The latest print advertisement for Juan Antonio Bayona’s visceral tsunami drama features no approving quotes from well-known reviewers”.

<sup>2</sup> Tradução para: “plausible next step after street teams, brand ambassadors, and undercover marketing”.

<sup>3</sup> Tradução para: “insidious, long-term agenda”.

diante da possibilidade de terem as suas opiniões aparecendo no anúncio<sup>4</sup> (Ibid.), opinou. “Se uma recomendação *online* pode ser arrancada do éter e impulsionada ao estrelato nacional, o volume e o *status* de citações desse tipo podem crescer<sup>5</sup> (Ibid.). Em texto para o site do *The Guardian* sobre o mesmo assunto, o renomado crítico britânico Peter Bradshaw demonstrava preocupação com as consequências desse caso no dia-a-dia dos críticos, que, segundo ele, “acabavam de sofrer outro golpe na sua frágil autoestima<sup>6</sup> (BRADSHAW, 2013), ainda mais grave do que a prática comum dos distribuidores de “entupirem seus pôsters com citações entusiasmadas de resenhistas, junto com as suas várias cotações em estrelas”<sup>7</sup> (Ibid.).

As reações passionais que marcaram a recepção do referido pôster de *O Impossível* revelam uma preocupação fundamental com o *status* do crítico. Nos debates mais acalorados em torno da crítica de arte e cultura na era digital, uma das suas maiores fragilidades reside no discurso entusiasmado sobre a configuração de uma nova democracia para o exercício crítico (FREY, 2015a). Os defensores desse discurso enaltecem as qualidades e o potencial das produções em blogs, fóruns da internet e outras novas plataformas que permitem que qualquer sujeito seja crítico de cinema. Em contrapartida, os críticos profissionais e que já estão há algum tempo no mercado demonstram, com frequência, preocupações com a dissolução das suas funções de *gatekeepers*, com o empobrecimento da escrita sobre o cinema e, às vezes, até comparam essa nova democracia com um anarquismo. Para Anne Thompson da *Variety*, em um artigo intitulado “Crix’ caught losing critical mass”, os jovens cinéfilos dos tempos

---

<sup>4</sup> Tradução para: “The people behind *The Impossible*’s campaign have probably reasoned that normal cinema-goers would be very amenable to the idea of their opinions appearing in print”.

<sup>5</sup> Tradução para: “If an online recommendation could be plucked from the ether and propelled to national stardom, both the volume and gusto of such recommendations might well increase”.

<sup>6</sup> Tradução para: “have just endured another blow to their fragile self-esteem”.

<sup>7</sup> Tradução para: “slather their posters with adoring quotes from reviewers, along with the traditional migraine-rash of stars”.

atuais “não conseguem citar um crítico em atividade além do (Roger) Ebert”<sup>8</sup> (THOMPSON, 2008:12) e eles só o reconhecem em função da sua carreira na televisão. Diferente dos tempos dourados de Andrew Sarris e Pauline Kael, Thompson entende que as gerações mais jovens “não leem jornais e nunca lerão”<sup>9</sup> (Ibid.). Preferindo receber informações mastigadas pelos departamentos de marketing dos estúdios, esses leitores “checam os rankings de filmes no *Rotten Tomatoes* ou no *Metacritic* e leem algumas críticas, mas não possuem um crítico de cinema específico que possa guiá-los em escolhas seguras”<sup>10</sup> (Ibid.). Thompson cita o crítico da *Newsweek* David Ansen, que sintetiza o diagnóstico:

É assustador... É como um retorno aos tempos antigos e difíceis, quando eu era jovem e qualquer um podia ser crítico. Eles pegavam, por exemplo, alguém da editoria de esporte. É um profundo desrespeito com o conhecimento e a perícia de muitos bons críticos em atividade.<sup>11</sup> (apud THOMPSON, 2008: 23)

O entendimento de Ansen de que, diferente do passado, hoje “todos são ou podem ser críticos”, representa um fato consumado para defensores da função social e do *status* da crítica tradicional, mas também para os usuários do Twitter e *anarquistas* da internet. Apesar do consenso generalizante, o presente artigo questiona esse entendimento. Através de uma avaliação das novas plataformas à disposição da crítica na era digital, o trabalho avalia as assertivas sobre a democracia e analisa suas origens discursivas. Utilizando o *Rotten Tomatoes* como caso de estudo, mas incorporando os domínios da análise a plataformas similares, o artigo investiga as ferramentas do site que potencializam uma experiência mais democrática da crítica e avalia em que medida elas representam

---

<sup>8</sup> Tradução para: “can’t name a working critic besides [Roger] Ebert”.

<sup>9</sup> Tradução para: “don’t read newspapers and never will”.

<sup>10</sup> Tradução para: “check out film rankings at Rotten Tomatoes or Metacritics and dip into some reviews, but they haven’t found a particular film critic they trust to steer them straight”.

<sup>11</sup> Tradução para: “It’s scary... It’s a lot like a return to the hard old days when I was growing up when anyone could be a critic and they’d take somebody off the desk. It’s a profound diss to the knowledge and expertise of a lot of good critics out there”.

desafios aos novos tempos ou simplesmente perpetuam noções tradicionais de autoridade crítica<sup>12</sup>. Assim, sublinhamos que os medos da *velha guarda*, que enxergam nesses espaços ataques radicais a sua tradicionalmente construída autoridade crítica, estão concentrados em um alvo errado. Embora uma certa democratização seja alcançada em termos de acesso e ampla participação no debate sobre os filmes em circulação, sites como o *Rotten Tomatoes*, na verdade, reverenciam a crítica como ela é tradicionalmente concebida, sua posição de *gatekeeper*, e constroem novas barreiras para potenciais críticos amadores.

### **Discursos sobre a *democracia***

Para entender os discursos sobre a *democracia* que estão por trás dos novos espaços para o exercício da crítica de cinema e da reação passional contra essas plataformas, precisamos desembaraçar e examinar os dois elementos motores e constituintes desse debate contemporâneo: a) a corriqueira inquietação dos críticos com a autoridade discursiva que lhes foi tradicionalmente conferida e a relação entre crítico e leitor; e b) a largamente difundida retórica sobre a capacidade da internet de proporcionar o acesso democrático a informações e de promover a liberdade, o senso de comunidade e uma esfera pública expansiva e inclusiva.

Conforme é perceptível em declarações como as de David Ansen (*apud* THOMPSON, 2008), os críticos de hoje sentem-se minados por blogueiros e outros comentaristas amadores por um alegado potencial que a prática da crítica *feita por qualquer um* possui de fragilizar a distinção profissional daqueles que estão atuando na área<sup>13</sup> (FREY, 2015a). Esse receio não é novo e não começou

---

<sup>12</sup> A noção de autoridade crítica é desenvolvida no livro *The Permanent Crisis of Film Criticism: The Anxiety of Authority* (FREY, 2015b). A autoridade discursiva da crítica seria uma legitimidade ou capacidade para julgar ou comentar algo que é reconhecido e atribuído publicamente ao sujeito.

<sup>13</sup> Recomenda-se a leitura de “Critics are important – even in the blogosphere”, publicado em 11 de janeiro de 2013 pelo Daily Telegraph, de autoria de Sarah Crompton. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/9795521/Critics-are-important-even-in-the->

com a introdução das novas mídias ou com a *World Wide Web*. A preocupação com o *status* e a reconhecida autoridade do crítico é tão antiga quanto a profissão em si (FREY, 2015b; SAYAD, 2015).

Na verdade, contrariando aqueles que vislumbram na internet o primeiro estágio para o processo de destruição do *status* do crítico, a afirmação da tradicional autoridade crítica e a preocupação com o seu processo de fragilização têm sido tópicos contínuos nos debates *metacríticos* e têm determinado, mais do que qualquer outro assunto, o curso e a trajetória da história da crítica de cinema<sup>14</sup> (FREY, 2015b). MCDONALD (2007), BERGER (1998) ou ainda EAGLETON (1984) já haviam abordado o tema. Eagleton, por exemplo, afirma que “em um período no qual, a partir do declínio da esfera pública, a tradicional autoridade da crítica tem sido colocada em crise, a reafirmação da mesma faz-se necessária<sup>15</sup> (EAGLETON, 1984:103).

Antes mesmo de tais abordagens a respeito da iminente morte da crítica de cinema influente e mediadora, o tópico já era debatido. Desde as primeiras críticas de cinema, incluindo aquelas veiculadas no pós-guerra, as preocupações com a perda do *status* e com o empobrecimento do texto crítico são constantes no setor (FREY, 2015b). A história da crítica estadunidense por Raymond J. Haberski demonstrou como a crise em torno da autoridade do crítico nos primeiros anos do cinema possui paralelos com a resistência ao caráter de *arte democrática* dos filmes, ou seja, com as barreiras a sua aceitação como forma de arte legítima<sup>16</sup>

---

[blogosphere.html](#). Conforme indicado no texto, trata-se de uma sensação que se espalha e que é externada com muita frequência por críticos.

<sup>14</sup> Recomenda-se a leitura de “The Critical Question: Sight and Sound’s Postwar Consolidation of Liberal Taste”, in: *Screen* 54.2 (2013) e “Filmkritik, with and without italics: Kracauerism and its limits in postwar German film criticism”, in: *New German Critique* 120 (2013), p. 85-110, - ambos do autor do artigo.

<sup>15</sup> Tradução para: “in a period in which, with the decline of the public sphere, the traditional authority of criticism has been called into serious question, a reaffirmation of that authority is urgently needed”.

<sup>16</sup> Assim como o cinema teve que se afirmar como expressão de valor frente às artes tradicionais, a crítica de cinema enfrentou desafios para se impor nesse cenário enquanto discurso acerca dessa

(HABERSKI, 2001). Em suma: os críticos sempre conviveram com o risco da fragilidade de suas posições e a internet é apenas a mais recente de uma longa lista de ameaças à sua autoridade discursiva (assim como um dia foram o *autorismo* francês, a televisão etc.).

Assim, se parte do atual discurso sobre a crise de autoridade da crítica pode ser atribuída a uma reiterada preocupação do segmento com seu *status*, a outra parte, que se apresenta como ponto de largada das inquietações mais recentes na área, tem origem em novos processos que trazem à tona o discurso da *democracia digital*. De acordo com esta concepção sobre as dinâmicas contemporâneas, a internet, como tecnologia e plataforma, é fundamentalmente democrática. Através dessa inclinação argumentativa, a crítica da internet seria, por extensão, mais democrática do que aquela publicada nos veículos impressos ou viabilizada por outros formatos da *mídia tradicional*.

Lincoln Dahlberg identifica três tipos básicos de argumentos sobre o fomento do debate democrático na internet (DAHLBERG, 2001). O argumento *comunitário* enfatiza o potencial que a rede possui para aumentar espíritos e valores comuns, oferecendo vias de participação em comunidades virtuais e construindo conexões entre pessoas que compartilham valores, interesses e preocupações semelhantes. O segundo tipo de argumento é definido pelo autor como *individualista liberal* e dá ênfase a maneira como a web auxilia na expressão de interesses individuais, possibilita que as pessoas tenham acesso a informações políticas e possam expressar opiniões para representantes eleitos de maneira direta. Inclinado a linha de pensamento *neo-habermasiana* e diferente dos argumentos *comunitário* e *individualista liberal*, que, por sua vez, são baseados na expressão pré-discursiva de valores compartilhados ou interesses privados, o terceiro ponto de vista sobre o vínculo da internet com a democracia argumenta que “comunicações descentralizadas nas publicações da web, boletins eletrônicos, listas de e-mails e *chat rooms* proporcionam espaços públicos para a promoção do discurso

---

nova manifestação, sendo constantemente questionada enquanto opinião e entendimento sobre o cenário das produções criativas do seu tempo (FREY, 2015b).

racional-crítico”<sup>17</sup> (DAHLBERG, 2001:618). Dessa forma, tem-se na internet uma esfera pública democrática em potencial.

Retornaremos à terminologia de Dahlberg e a outros trabalhos sobre o discurso da democracia na internet posteriormente. Introduzimos tais questões para definir os termos do debate, mas também para começar a discutir a hipótese de que, como tecnologia e plataforma, a internet é necessariamente democrática. O entusiasmo inicial pela internet, e agora pelas suas várias ferramentas (*Twitter*, *Facebook*, blogs etc.), pode ser o novo desdobramento de um fenômeno perene na história da comunicação. A história do discurso sobre tecnologias da comunicação anteriores revela clamores semelhantes a respeito da democratização. A invenção e introdução de

[...] cada novo meio de distribuição, seja o telégrafo, o rádio, a televisão ou agora a internet e a telefonia móvel [...] vem sempre acompanhada daqueles que dirão que as coisas nunca serão as mesmas, mas as mudanças raramente são tão radicais quanto anunciam as profecias”<sup>18</sup> (JONES e SALTER, 2012).

Definimos os principais formatos de *crítica da era digital* em quatro categorias gerais: a) críticas de cinema *online* dos meios impressos tradicionais e críticas produzidas especificamente para a web no contexto institucional de uma revista ou jornal (alcançando desde os textos do crítico A.O. Scott para as versões *online* do *New York Times* até veículos *amadores* como o *Everyone’s a Critic* – EaC e o *Front Row Reviews*); b) sites que, apesar de inicialmente desenvolvidos para produzir conteúdo sobre cinema, também disponibilizam fóruns para usuários comentarem, incluindo nesse grupo o *Internet Movie Database* (IMDb), *Ain’t It Cool News*, *Deadline Hollywood* e *CHUD*; c) mídias sociais usadas (por críticos e outros agentes) como um meio de avaliar os filmes (no grupo estão incluídos o *Facebook*

<sup>17</sup> Tradução para: “decentralized communications enabled through Web publishing, electronic bulletin boards, e-mail lists, and chat rooms does seem to provide public spaces for rational-critical discourse”.

<sup>18</sup> Tradução para: “every new distribution medium, be it the telegraph, radio, television or now the internet and mobile phones [...] there are always those who say that things will never be the same again, but the change is rarely quite as radical as pundits first prophesize”.

e, principalmente, o *Twitter*); e d) os sites agregadores, que reúnem uma variada gama de pontos de vista dos críticos e usam um algoritmo para classificar filmes (FREY, 2015b). Esta última categoria inclui o *Rotten Tomatoes*, *Metacritic*, *Movie Intelligence Review* e o *Movie Review Query Engine* (FREY, 2015b: 127-129).

Em certa medida, os endereços da web que se enquadram nas quatro categorias anteriormente expostas *levantam a bandeira* de um espírito mais democrático e dão um lugar de destaque para a crítica, como, por exemplo, o *Twitter* com seus *tweets* de 140 caracteres ou o *Ain't It Cool News*, que, supostamente, “ameaça o sistema de marketing cinematográfico de Hollywood, já que os usuários podem postar nele reações prévias ao filme a partir de exibições-teste”<sup>19</sup> (OWCZARSKI, 2012: 04). Trataremos em profundidade, contudo, dos sites agregadores e, em particular, o *Rotten Tomatoes*, que com 55 milhões de *pageviews* e 11.6 milhões de visitantes por mês, é o mais popular endereço do gênero. No total, são 6.1 milhões de usuários estadunidenses por mês, fazendo do site o 203º mais visitado do país, uma popularidade que se equipara a de grandes companhias aéreas como a *Southwest* e varejistas como a *Macy's* (informações do site [rottentomatoes.com](http://rottentomatoes.com)). No próximo tópico, voltaremos nossos olhares para uma análise do site, suas funções e suas assertivas sobre a viabilidade de um discurso crítico mais democrático.

### **Rotten Tomatoes**

O *Rotten Tomatoes* é um *site* na internet ([www.rottentomatoes.com](http://www.rottentomatoes.com)) com notícias, trailers e galerias de fotos de filmes em cartaz ou em fase de produção. Ainda assim, o enfoque são as páginas individuais dos filmes. O site apresenta semelhanças com o IMDb, e, nos últimos anos, o *Rotten Tomatoes* tem ido cada vez mais nessa direção já que as páginas individuais das produções trazem uma breve descrição dos filmes, informações sobre o elenco, fotos, trailers etc. O subtítulo da homepage agora é *Movie Trailers Reviews*, colocando em destaque o

---

<sup>19</sup> Tradução para: “threatened Hollywood system of film marketing because individual users could post reactions to early test screenings”

endereço como um espaço para informações sobre o cinema de uma maneira mais abrangente. Entretanto, o lado informativo do Rotten Tomatoes ainda é menos incisivo do que o do IMDb. No Rotten Tomatoes, a prioridade é mesmo a crítica de cinema, em contraste com o IMDb, no qual esses textos são agrupados através de *hiperlinks* para sites externos.

De acordo com o fundador Seth Duong, o *layout* da página foi idealizado para aglutinar “anúncios dos filmes em jornais”<sup>20</sup> (*apud* RYAN, 2008a) – o tipo de material promocional que vemos no caso de *O Impossível* - e uma seleção de críticas (variando em números, mas em torno de 26), que aparecem como citações de aproximadamente 30 palavras (comumente um comentário que chama a atenção e que sintetiza a crítica), um *hiperlink* do texto original, o nome do crítico, sua filiação institucional e o ícone de um tomate vermelho (o *fresh tomato*) ou verde (o *rotten tomato*, ou tomate *podre*, que simboliza a ação de jogar o fruto na obra avaliada). Assim, um volume considerável de críticas pode ser acessado com um clique, e os usuários podem filtrar textos que sejam positivos ou negativos, escritos por um *Top Critic* ou por seu crítico favorito por meio do recurso *My Critics* etc.

Um recurso-chave do *Rotten Tomatoes* e do seu marketing é o *Tomatometer*. Ele mensura a avaliação dos críticos agregados por meio de uma porcentagem calculada de críticas escritas pelos *Approved Tomatometer Critics* que avaliam o filme positivamente. O tomate vermelho indica que o filme é *fresh* e recebeu, pelo menos, 60% de críticas positivas; o tomate verde indica que o filme registrou uma aprovação inferior a 60%. Filmes com um ranking *Tomatometer* acima de 75% (somado com outros critérios do site) recebem a distinção máxima *Certified Fresh*. Estas métricas são apresentadas como destaque em todas as páginas individuais das produções. Mesmo com todas as notícias e outras listas do site, as avaliações do *Tomatometer* têm grande destaque. Os tomates, *fresh* ou *rotten*, são símbolos espalhados por todo o conteúdo do site e vão além dos seus domínios. O agregador de críticas permite que desenvolvedores de aplicativos incorporem o

---

<sup>20</sup> Tradução para: “movie ads in newspapers”.

conteúdo do *Rotten Tomatoes* nos seus programas, assim como a logo e o ícone *Certified Fresh*, que também está disponível para exportação a partir de determinadas condições estipuladas pelo site.

De acordo com o agregador de críticas, os *Approved Tomatometer Critics* são críticos que:

[...] se encaixam em um conjunto de critérios, geralmente vinculados a veículos e associações de cinema *online* qualificados... Usamos a mesma lista de críticos para avaliar cada filme. Dessa maneira, podemos garantir que o *Tomatometer* é consistente e imparcial. Isso também evita que fãs ou estúdios interfiram no *Tomatometer* através da submissão de críticas positivas de fontes não enquadradas pela nossa lista *Tomatometer*.<sup>21</sup> (WHO, 2014)

O conjunto de critérios aos quais esses textos precisam se adequar incluem a publicação em veículos pertencentes a um ranking de cem jornais estadunidenses diários, cem jornais estadunidenses semanais, cem revistas ou dez publicações voltadas para o segmento de entretenimento, listas pautadas pela circulação dos veículos mensurada pelo *Audit Bureau of Circulations*, pela *Magazine Publishers of America* e pela *Association of Alternative Weeklies*. De acordo com o site, as regras aplicadas para a avaliação de publicações internacionais são feitas com base em cada caso, com a participação dos editores locais do *Rotten Tomatoes*, se necessário<sup>22</sup>. Televisão, rádio e meios *online* de crítica devem satisfazer semelhantes critérios de alcance de transmissão ou número de acessos por

---

<sup>21</sup> Tradução para: "fit with a set of standards – mostly from accredited media outlets and online film societies... We use the same list of critics to evaluate each movie. This way, we can insure that the Tomatometer is consistent and unbiased. This also prevents studios or fans from affecting the Tomatometer by submitting only positive reviews to us from sources not on our approved Tomatometer list".

<sup>22</sup> Informações extraídas da seção *About Critics* do site, disponível no endereço: [www.rottentomatoes.com/help\\_desk/critics.php](http://www.rottentomatoes.com/help_desk/critics.php). Apesar do link não funcionar mais, pode ser recuperado por meio da inserção dessa URL no Wayback Machine (<http://archive.org/web/>) ou em outros arquivos da internet.

mês<sup>23</sup>. Além disso, a qualificação de críticos individualmente está vinculada a um outro conjunto de critérios, como trabalhar para uma publicação aprovada pelo *Tomatometer* por, no mínimo, dois anos ou ser membro de uma sociedade de críticos de cinema reconhecida.

Complementando os critérios usados para a classificação de um *Approved Tomatometer Critic*, o Rotten Tomatoes faz ainda mais distinções entre os críticos reunidos no seu grupo: há um quadro de profissionais que eram denominados antes pelo site como “*Cream of the Crop*” e que passaram a ser designados como *Top Critics*. Esta elite interna de críticos tem um peso maior no algoritmo do *Tomatometer* e na atribuição do selo *Certified Fresh*. Os filmes só receberão esse selo se obtiverem pelo menos 75% no *Tomatometer* e forem avaliados por, no mínimo, quarenta críticos - sendo que, desse grupo, cinco devem ser *Top Critics*<sup>24</sup>.

Quem são os *Top Critics* e sob que critérios esse *status* é definido? De acordo com o site:

*Top Critics* é um título conferido aos mais significativos colaboradores do discurso crítico cinematográfico. Para ser alçado à categoria *Top Critic*, um crítico deve ter seu trabalho publicado em veículo impresso que tenha 10% de circulação, deve ser contratado como crítico de cinema em uma emissora nacional por não menos que cinco anos ou contratado como crítico de cinema em um site com mais de 1,5 milhões de visitantes individuais por mês

---

<sup>23</sup> A mesma fonte creditada na nota anterior dá exemplos desses critérios: as publicações *online* devem alcançar ou manter um mínimo de 500 mil visitantes em um único mês, segundo números do *comScore, Inc* ou do *Nielsen Net Ratings*; e as críticas devem ter uma média de pelo menos 300 palavras. Segundo a mesma fonte, as publicações também devem mostrar um consistente padrão de profissionalismo, qualidade na escrita e integridade editorial em todos os textos. Por fim, o *design* e o *layout* do site também devem refletir um nível razoável de qualidade, e deve haver um nome de domínio específico.

<sup>24</sup> Segundo o próprio site, o *Certified Fresh* é uma distinção reservada aos filmes que obtêm as críticas mais favoráveis. Trata-se de uma honra materializada por um selo de aprovação ainda mais importante que o *Fresh*, símbolo da qualidade da produção avaliada. As informações são extraídas da seção *Rotten Tomatoes: Certified Fresh* do site *Rotten Tomatoes*. Disponível em: [www.rottentomatoes.com/help\\_desk/certified\\_fresh.php](http://www.rottentomatoes.com/help_desk/certified_fresh.php).

por, no mínimo, três anos. Um *Top Critic* também deve ser reconhecido como tal pela sua influência, popularidade, reputação e/ou qualidade textual, conforme critérios do site.<sup>25</sup> (ABOUT, tradução nossa)

As métricas por trás do *Tomatometer*, os seus diversos critérios de cálculo, o selo *Certified Fresh*, o conceito de *Top Critic*, como também a possibilidade que usuários cadastrados têm de marcar seus críticos favoritos (o recurso *My Critics*), sublinham a função central do *Rotten Tomatoes* e a defesa do site por uma abordagem mais rigorosa da cinefilia e da crítica de cinema. Uma declaração da equipe do *Rotten Tomatoes* para a proposta do site publicada na página do *Facebook* do veículo sintetiza tais preocupações:

A vida antes do RT e do *Tomatometer* era bastante difícil no que diz respeito ao planejamento dos finais de semana em um *cineplex* local. Claro que poderíamos confiar no que dizem os nossos críticos locais ou no *boca-a-boca*, mas onde estava o consenso? Por que deveríamos confiar em um crítico singular que pode ter um gosto particular para cinema diferente do nosso? Não poderíamos organizar e agrupar todas as críticas de várias fontes (jornais, sites, revistas) e extrair delas uma avaliação média? Nós podemos e fizemos isso.<sup>26</sup> (ROTTEN a)

Esta declaração revela o entendimento do site a respeito da sua própria funcionalidade e contém o posicionamento do *Rotten Tomatoes* sobre a democratização da espetatorialidade e da crítica de cinema. Nas subseções a

---

<sup>25</sup> Tradução para: “*Top Critic* is a title awarded to the most significant contributors of cinematic and critical discourse. To be considered for *Top Critics* designation, a critic must be published at a print publication in the top 10% of circulation, employed as a film critic at a national broadcast outlet for no less than five years, or employed as a film critic for an editorial-based website with over 1.5 million monthly unique visitors for a minimum of three years. A *Top Critic* may also be recognized as such based on their influence, reach, reputation, and/or quality of writing, as determined by *Rotten Tomatoes* staff”.

<sup>26</sup> Tradução para: “Life before RT and our *Tomatometer* was fairly tough when it came to organizing weekends of movie watching at the local *Cineplex*. Sure, we could rely on our local critics or word of mouth, but where was the consensus? Why should we rely on a single critic who may have a particular taste in film different from ours? Couldn’t we organize and collect all of the reviews from various sources (newspaper, online, magazines) and average them into a single score? We could and did”.

seguir, analisaremos três traços da plataforma vinculados à sua defesa por um ambiente mais democrático: a meta do *Rotten Tomatoes* de relativizar a hierarquia da mídia tradicional e promover uma experiência mais democrática de cultura cinematográfica ao oferecer 1) uma experiência mais objetiva da crítica de cinema; 2) acesso a uma ampla e diversificada seleção de opiniões; e 3) um aumento no grau de participação e a promoção da sociabilidade.

### **Objetividade**

Na citação anterior, e no extenso regulamento a respeito da qualificação de críticos e veículos relevantes para o *Tomatometer*, a ênfase é no consenso, um aspecto *inédito* proposto pelo *Rotten Tomatoes*, que não entrega para o público as reflexões subjetivas de um crítico local arbitrariamente, mas, no seu lugar, um quociente de opiniões sobre um dado filme. Os procedimentos técnicos que operacionalizam o *Tomatometer* evidenciam a *objetividade* científica de um algoritmo. Diferente da época em que os espectadores de cinema tinham acesso somente aos jornais locais, um grupo de veículos nacionais ou revistas especializadas em entretenimento, o *Rotten Tomatoes* assume o compromisso de derrubar hierarquias ao oferecer um levantamento objetivo. O agrupamento de opiniões, princípio fundamental de uma retórica sobre novas mídias não apenas em sites agregadores de críticas de cinema, supostamente, permite que os leitores tenham uma experiência cultural mais democrática (PAPACHARISSI, 2010).

Tamara Shepherd aborda criticamente o tópico. A autora entende que “o banco de dados do site tende a achatar algumas das distinções hierárquicas”<sup>27</sup> (SHEPHERD, 2009:34). As afirmações de Shepherd são baseadas em conceitos de hierarquia e distinção abordados nos estudos sociológicos de Pierre Bourdieu. Ela sugere que a coexistência de críticos nacionais proeminentes (como Manohla Dargis, do *New York Times*) com críticos da imprensa local (a exemplo daqueles que trabalham no *Bangor Daily News*) ou de esferas *online* (*Film Freak Central*;

---

<sup>27</sup> Tradução para: “database tends to flatten out some of the hierarchical distinctions”.

eFilm Critic) indica que “para os eventuais usuários do RT, as diferenças entre essas fontes podem não ser tão perceptíveis”<sup>28</sup> (Ibid.). O *Rotten Tomatoes* oferece uma avaliação *científica* das opiniões que desconsidera as distinções culturais entre os *media*, e também desestabiliza as tradicionais hierarquias da crítica dotada de autoridade e o papel passivo do *seguidor* de um crítico de cinema.

Assim, percebemos como o site é idealizado para ser explicitamente contrário às ideias esboçadas pela crítica Anne Thompson, da *Variety*, no início do artigo (THOMPSON, 2008). Repetindo brevemente a queixa de Thompson: a crítica sustenta que os jovens espectadores de cinema não consultam mais profissionais como Pauline Kael, Andrew Sarris ou outro crítico dotado de notória autoridade de juízo que possa “guiá-los corretamente” (THOMPSON, 2008:12), ou seja, informá-los sobre o que eles devem assistir e por qual razão – uma ideia sobre a finalidade da crítica que nos remonta a Matthew Arnold (1822-1888)<sup>29</sup>. Ao invés disso, esses jovens entram no *Rotten Tomatoes* e formam alianças *ad hoc* com qualquer crítico, independente do seu *background*, prática ou *status* do veículo para o qual trabalha.

Uma ferramenta recente do *Rotten Tomatoes* parece confirmar a tese de que o site tem como intuito a promoção de uma significativa democratização da relação entre o *crítico profissional* e o *público leigo*. Em março de 2013, o *Rotten Tomatoes* anunciou massivamente um novo aplicativo. Patrocinado pelo fabricante de pipoca *Pop Secret*, o programa faz interface com o *Rotten Tomatoes* e permite que os usuários detectem os críticos que possuem gostos cinematográficos semelhantes aos seus. As chamadas publicitárias do recurso (“Você é como esses críticos? Ou eles são como você?”) ao mesmo tempo que flertam com as defesas do lugar da autoridade da crítica e da democratização do seu processo de recepção, também tenta contestá-las.

Ainda assim, em contraste com a retórica e o posicionamento do *Rotten*

---

<sup>28</sup> Tradução para: “for the casual RT user, the differences between these sources may not be readily apparent”.

<sup>29</sup> Crítico literário britânico.

*Tomatoes*, e também com as defesas de Thompson e a linha da análise de Shepherd, o site, em diversos momentos, dá sinais de que não é tão *objetivo* e nem tão democrático em seu alegado processo de dissolução de hierarquias. Na verdade, argumentamos que, em uma época na qual os críticos estão supostamente *mortos* e as opiniões têm pouco significado ou importância (parafrazeando dois profetas do apocalipse que se situam em extremidades da discussão, Rónán McDonald e John Carrey)<sup>30</sup>, o *Rotten Tomatoes* é anacrônico ao *valorizar* as críticas e aqueles que as produzem. Diferente do IMDb, ou mesmo da *Variety*, o *Rotten Tomatoes* é uma celebração da crítica e, na verdade, valida o princípio básico do projeto crítico: o julgamento dos críticos é importante na recepção e consumo de filmes e de outros produtos culturais (FREY, 2015a).

Apesar da retórica do *Rotten Tomatoes* e do conceito do *Tomatometer* serem vinculados a uma proposta de *objetividade* na avaliação dos filmes através de números, o critério para se tornar um crítico de relevância no site – e, conseqüentemente, com capacidade de influenciar o resultado das avaliações do *Tomatometer* – está longe de ser democrático. Toda a lista de *critérios rigorosos*, com as informações detalhadas e a linguagem utilizada pelo *Rotten Tomatoes* para explicar esses critérios, sugere uma antiga preocupação com a tradicional autoridade do discurso crítico, ou seja, com a escolha dos textos que terão relevância nesse processo<sup>31</sup>. Sem a menor pretensão de colocar o *New York Times* e o *Bangos Daily News* no mesmo nível, o conceito de *Top Critics* e o fato de que parte desses críticos precisam confirmar uma avaliação positiva para que um filme receba o título *Certified Fresh* sugerem que, ao invés de um movimento em direção da democratização ou anarquia da opinião no qual as hierarquias são suspensas, há uma sacralização (e, na prática, o reforço) da tradicional função de *gatekeeper* de certos críticos dotados de autoridade discursiva.

<sup>30</sup> Sobre esse tópico, Shepherd (2009) afirma: “RT, paradoxalmente, oferece, ao mesmo tempo, uma alternativa e um reforço à tradicional crítica de cinema através do potencial de participação presente na internet” (SHEPHERD, 2009, p. 37).

<sup>31</sup> A própria Shepherd (2009) admite que o “site afirma atribuir credibilidade estética através de meios alternativos” (SHEPHERD, 2009, p. 37).

A distinção anteriormente sublinhada não é feita, por exemplo, em sites como o IMDb, nem seria tão perceptível para alguém que faz uma busca sobre críticas de qualquer filme na internet. Lendo atentamente a explicação do que o *Rotten Tomatoes* busca em alguém que está apto a se tornar um crítico do *Tomatometer* e, principalmente, um *Top Critic*, percebemos um discurso que desafia a retórica generalizante da democracia: “Um Top Critic pode ser reconhecido como tal pela sua influência, alcance do seu trabalho, reputação e/ou da qualidade da sua escrita, a partir do que é determinado pela equipe”<sup>32</sup>. Esta metodologia indica a grande ênfase dada a tradicional função do crítico de *gatekeeper* (HINDMAN, 2008:12-13). Dessa forma, o *Tomatometer* não é um algoritmo tão objetivo, e isso é o que o transforma em uma iniciativa exitosa, mas também um reforço de ideias tradicionais a respeito da autoridade da crítica e dos profissionais que são responsáveis pelas avaliações dos filmes em circulação.

Além de tudo o que fora considerado, através da ferramenta *My Critic* e do aplicativo *Pop Secret*, o site fornece meios para o usuário encontrar um crítico que o *guie corretamente* (THOMPSON, 2008) e, dessa maneira, coloca em evidência um comportamento potencialmente passivo do *público leigo*. Com poucos cliques do mouse, o leitor pode instantaneamente acessar e seguir o crítico ou os críticos com os quais possui afinidades de gosto, sendo exposto a um arquivo instantâneo dos textos do profissional escolhido. Ao invés de proporcionar a fragmentação de informações, os algoritmos dos mecanismos de busca e os agregadores, na verdade, restringem e consolidam o grupo de fontes de informações que os usuários acessam (HINDMAN, 2008:56). Baseado nessa lógica do *winner-take-all* e na linha de pensamento de Thompson (2008), McDonald (2007) e outros, não seria equivocado entender que o *Rotten Tomatoes* apresenta o potencial de reforçar e criar uma nova autoridade crítica.

---

<sup>32</sup> Trecho retirado da seção “About” do site Rotten Tomatoes. No original: “A Top Critic may also be recognized as such based on their influence, reach, reputation, and/or quality of writing, as *determined by Rotten Tomatoes staff*”.

### Acesso

O segundo elemento do discurso sobre a democracia presente no *Rotten Tomatoes* é a habilidade que o site tem de proporcionar acesso a uma diversificada seleção de críticas. Na difundida retórica sobre a democracia digital associada à internet, a questão do acesso tem sido basilar. Como sintetiza Zizi Papacharisi, “ao permitir maior acesso a mais informações, as tecnologias relacionadas à internet proporcionariam, pelo menos, aos cidadãos ferramentas para desenvolver pontos de vista mais embasados”<sup>33</sup> (PAPACHARASI, 2010:120).

Em outras palavras, ao invés de confiar em um único crítico, que pode ter um gosto cinematográfico particular e diferente do leitor, o *Rotten Tomatoes* assume o compromisso de oferecer fácil acesso a uma ampla variedade de informações e pontos de vista da crítica. O argumento, típico da retórica da democracia digital, indica que se os leitores têm acesso a um grupo amplo e diversificado de percepções sobre um assunto, estão mais aptos a formar a sua própria opinião e tomar decisões (HINDMAN, 2008). Isso indica a linha argumentativa através da qual o *Rotten Tomatoes* se constrói um espaço que liberta o usuário da influência da crítica individual e autoritária. No lugar de *insights* pedagógicos ou da busca por um julgamento *verdadeiro*, o *Rotten Tomatoes* quer oferecer um *guia de consumidor*. De acordo com Stephen Wang, um dos primeiros designers do site:

[...] existe uma impressão equivocada de que o Tomatometer é uma avaliação da qualidade, algo que diz para o leitor quão bom é um filme. Na verdade, prefiro pensar nele como um medidor de *confiança*, um número que te oferece uma probabilidade de gostar ou não do filme<sup>34</sup> (*apud* RYAN, 2008b).

Tamara Shepherd argumenta que a acessibilidade proporcionada pelo *Rotten*

---

<sup>33</sup> Tradução para: “by enabling greater access to more information, net-related Technologies would at least provide citizens with the tools with which to develop informed viewpoints.”

<sup>34</sup> Tradução para: “there’s a mistaken impression that the Tomatometer is a quality rating telling you how good a movie is. Actually, I like to think of it as a *confidence*, meter – the percentage likelihood that you’ll enjoy a movie”.

*Tomatoes* é um exemplo do que Henry Jenkins chama de *cultura de convergência*<sup>35</sup>. Trata-se, na percepção dela, da maneira como a “crítica de cinema vem sendo apresentada sob os termos de uma nova economia midiática”<sup>36</sup> (SHEPHERD, 2009:34). Shepherd critica “a retórica da novidade e dos óbvios elementos promocionais do RT”<sup>37</sup> (SHEPHERD, 2009:29), que, segundo a pesquisadora, torna o site aderente ao discurso da indústria. Ignorando o conceito de *Top Critic*, Shepherd observa como a seleção das críticas é feita através do questionável critério da data de publicação, critica a simplificação de uma crítica inteira em trechos e percebe como um problema a preocupação do *Tomatometer* com os números frios. A autora sugere que o site reduz a crítica a “um instrumento de marketing e guia do consumidor”<sup>38</sup> (SHEPHERD, 2009:35).

Diversas afirmações de Shepherd que nos remetem ao discurso da *alienação* são passíveis de discordância. Em particular, podemos contestar a própria ideia de que essas ações de promoção dos filmes realizadas pelo *Rotten Tomatoes* através das críticas representam, fundamentalmente, uma nova perspectiva na área. Existe, na verdade, uma longa tradição de intuítos promocionais no exercício da crítica de cinema. Há, inclusive, uma forte tradição do discurso da *promoção* entre os mais conceituados e reconhecidos críticos, de Siegfried Kracauer e André Bazin a Manny Farber e Jonathan Rosenbaum. O que torna as ações promocionais dos críticos citados toleráveis e a dos existentes no *Rotten Tomatoes* não, na percepção de muitos, é a defesa que os primeiros fazem de Roberto Rossellini, Rainer Werner Fassbinder, Michael Snow ou Abbas Kiarostami – ou seja, cineastas e filmes com intenções *artísticas* – e não de títulos como *Os Vingadores: The Avengers* (2012), *Todo Mundo em Pânico 5* (2013) ou qualquer outra produção de valores essencialmente comerciais ou de entretenimento que estão no *RT*.

---

<sup>35</sup> Recomenda-se como leitura complementar para um entendimento mais aprofundado do conceito o livro *Cultura da Convergência*, de Henry Jenkins.

<sup>36</sup> Tradução para: “film criticism is being repackaged under the terms of a new media economy”.

<sup>37</sup> Tradução para: “the rhetoric of newness and obvious promotional elements of RT”.

<sup>38</sup> Tradução para: “marketing instruments and consumer advice”.

Ainda assim, concordamos com Shepherd que, tendo em vista determinadas circunstâncias comerciais, precisamos interpretar com cuidado certos discursos do veículo de que a sua acessibilidade é primordialmente democrática. Deixando de lado o importante questionamento sobre quem de fato tem possibilidades físicas de usar a internet ou de que o site proporciona acesso quase que exclusivamente a trabalhos de críticos estadunidenses em textos de língua inglesa, podemos concordar com alguns estudos que indicam como a comercialização é um dos principais obstáculos para a democracia digital (HAGUE, LOADER, 1999; HINDMAN, 2008; PAPACHARISSI, 2010).

O *Rotten Tomatoes* é uma empresa com fins lucrativos, não um serviço público, e seu vínculo empresarial afeta sua dinâmica. Em 2004, o *Rotten Tomatoes* foi comprado pela *IGN Entertainment*, um conglomerado de websites (na sua maioria, voltados para o público masculino) que inclui o *TeamXBox*, *GameSpy* e o *AskMen*. Posteriormente, a *IGN* foi adquirida pela *News Corporation*, ou seja, por Rupert Murdoch e pela *20th Century Fox*, por 650 milhões de dólares (NEWS, 2005). Em 2010, o *Rotten Tomatoes* foi vendido para o *Flixster*, uma rede social de filmes que em 2011 foi adquirida pela *Warner Bros.* (SWENEY, 2011). Alguns analistas do mercado interpretaram a aquisição da *Warner* como um sintoma dos esforços dos estúdios de “incentivar o público a pagar pelos filmes”<sup>39</sup> (CHMIELEWSKI, 2011).

Nesse cenário, precisamos pensar criticamente sobre como o acesso democrático que o *Rotten Tomatoes* afirma proporcionar é atravessado pelos papéis comerciais que o site, como subsidiário do *Flixster* e da *Warner Bros.*, tem na promoção da cinefilia e do consumo de filmes. Apesar do *Rotten Tomatoes* ter o potencial para ser usado como uma ferramenta referencial da recepção em um contexto histórico, ao examinarmos a homepage com mais atenção, ela nos revela que a função basilar do site é familiarizar os espectadores com as estreias do cinema e o mercado de DVDs, possuindo até mesmo uma ramificação no formato

---

<sup>39</sup> Tradução para: “encourage people to buy movies”.

de um programa de TV nos moldes *Siskel & Ebert*<sup>40</sup>.

Apesar das críticas serem a grande atração do site, o *Rotten Tomatoes* funciona como *balcão de negócios e serviços*. Lá, os usuários têm acesso às novidades do *Netflix*, compram ingressos de cinema, são expostos a trailers, anúncios publicitários, notícias sobre celebridades, sobre a indústria e as últimas informações sobre os filmes ainda em produção. Ao proporcionar esse tipo de serviço, o *Rotten Tomatoes* compete não apenas com outros agregadores, como o *Metacritic* e a *Movie Intelligence Review*, mas também com o *IMDb*, *Twitter*, *Deadline Hollywood*, *Variety* etc. Por diversas vias, a lógica é conectar pessoas que buscam informações sobre certos filmes, e não somente críticas. De acordo com um dos seus fundadores, “o *Rotten Tomatoes* ocupa a posição de espaço de tomada de decisões para muitos espectadores quando eles estão sondando os títulos que desejam ver nos cinemas”<sup>41</sup> (*apud* RYAN, 2008c).

### Participação e Comunidade

O último elemento do discurso sobre a democracia aplicado ao caso do *Rotten Tomatoes* que merece uma atenção diz respeito à participação coletiva. A celebrada retórica da democracia digital entende que a internet amplia a esfera pública e encoraja a participação, que “desafia o monopólio das elites tradicionais”<sup>42</sup> (HINDMAN, 2008:6). Ao invés do antigo modelo vertical no qual o crítico informa um leitor passivo, os entusiastas da internet argumentam que os novos tempos proporcionam uma comunicação igualitária de duas vias e “conferem aos diálogos online um grau de reciprocidade, que pode ajudar a

---

<sup>40</sup> O *The Rotten Tomatoes Show*, que está disponível no *Current* através do endereço <http://current.com/shows/the-rotten-tomatoes-show/>. Apesar do link não estar mais em operação, a página pode ser recuperada ao inserir esta URL no Wayback Machine (<http://archive.org/web/>) ou em outros arquivos da internet. Alguns episódios do programa podem ser acessados também pelo *YouTube*.

<sup>41</sup> Tradução para: “Rotten Tomatoes occupied a position of being the decision-making point for many moviegoers when figuring out what they wanted to watch in theaters”.

<sup>42</sup> Tradução para: “challeng[es] the monopoly of traditional elites”.

conectar os cidadãos de democracias”<sup>43</sup> (PAPACHARISSI, 2010:122).

O *Rotten Tomatoes* vincula-se à retórica da democracia digital, pois sua equipe argumenta que os potenciais espectadores de cinema que frequentam o site não são orientados pelas opiniões individuais de críticos locais aleatórios ou por discursos hegemônicos autoritários de repercussão nacional. Segundo eles, através do uso das ferramentas do site, o espectador de cinema tem a possibilidade de participar de uma experiência mais coletiva de cultura cinematográfica. Assim, o *Rotten Tomatoes* defende a ideia de que as comunidades virtuais renegociam as formas físicas, culturais e geográficas de proximidade, e diluem as tiranias do *local* ao incentivar a interação social.

Um aspecto importante da defesa do *Rotten Tomatoes* pela participação democrática diz respeito a um recurso das páginas individuais dos filmes, através das quais as críticas dos próprios leitores do site podem ser acessadas. Elas têm o mesmo formato de apresentação dos textos dos críticos, ou seja, são pequenas cápsulas de citação da crítica, com a possibilidade de acesso ao texto integral por um *link*. As críticas do público, contudo, trazem um fator que vai de encontro ao uso delas como uma evidência da efetivação da ampla participação do leitor na esfera de discussões: a disposição delas na página. Os textos dos leitores do site estão subordinados geográfica e quantitativamente aos trabalhos dos críticos (por exemplo, na página principal do filme, o RT só exibe dois textos do público após várias citações de profissionais da crítica cinematográfica). Além disso, a distinção das seções (os textos dos leitores pertencem ao *Audience Reviews*) reforça a ideia de que os comentadores leigos não estão na mesma posição dos jornalistas, ou seja, continuam espectadores. Mais uma vez, os críticos – críticos profissionais como definem os critérios rigorosos do site concebido pelos seus idealizadores – permanecem no topo de uma relação ainda hierarquizada.

Os fóruns dos usuários também são importantes recursos que estão à serviço da defesa da participação democrática do leitor no site. Eles possibilitam que os

---

<sup>43</sup> Tradução para: “afford online conversations a degree of *reciprocity*, which can truly help connect citizens of democracies”.

leitores comentem determinados filmes, e também outros assuntos da cultura cinematográfica. Shepherd cita os fóruns como os principais exemplos da tese da *democratização* (SHEPHERD, 2009). De fato, no geral, os fóruns online apresentam mecanismos que viabilizam uma “cultura participativa entre o público, injetando ferramentas que possibilitam a existência de um consumidor ativo em um processo tradicionalmente horizontal de criação de conteúdos”<sup>44</sup> (PAPACHARISSI, 2010:65). Os fóruns de discussão do RT, à semelhança daqueles do IMDb e de outros sites, proporcionam a interação e a formação do senso de comunidade entre os usuários.

Torna-se perceptível, contudo, que essas interações, que deliberam (conforme sugere o título de um dos tópicos dessas conversas) sobre o *terrível chroma key* e o CGI usado em *Oz: Mágico e Poderoso* (2013)<sup>45</sup>, não condizem com as expectativas dos defensores da democracia digital. Apesar dos fóruns “chamarem atenção para tópicos particulares [...] repercutirem questões em níveis local, nacional ou global [...] e estimularem debates e manifestações”<sup>46</sup> (DAHLBERG, 2001:622), como os defensores da democracia defendem, com relativa frequência, a qualidade dos debates é frágil no que tange à promoção das “deliberações respeitadas e reflexivas”<sup>47</sup> (Ibid.: p. 620). O caso de *Batman: O Cavaleiro das Trevas Ressurge* (Christopher Nolan, 2012) é sintomático, por exemplo. O site suspendeu os comentários dos usuários sobre o filme após declarações misóginas e depreciativas contra críticos de cinema que avaliaram negativamente o longa. O caso levou o RT a considerar a remoção dos fóruns de maneira generalizada (ITZKOFF, 2012).

O papel do *Rotten Tomatoes* de comunidade virtual deve ser considerado, no

---

<sup>44</sup> Tradução para: “a participatory culture among media audiences, thus inserting a bottom-up consumer-driven element to the traditionally top-down process of creating media content”.

<sup>45</sup> Recomenda-se o acesso a *Oz the Great and Powerful – Movie Forum – Rotten Tomatoes*, disponível no endereço [www.rottentomatoes.com/m/oz\\_the\\_great\\_and\\_powerful/forum/?threadid=328154726](http://www.rottentomatoes.com/m/oz_the_great_and_powerful/forum/?threadid=328154726).

<sup>46</sup> Tradução para: “draw attention to particular issues [...] spark deliberation at local, national, and global levels [...] stimulate debate and protests”.

<sup>47</sup> Tradução para: “respectful and reflexive deliberation”.

mínimo, como fomentador daquilo que Dahlberg define como “uma forma *mais branda* de participação democrática”<sup>48</sup> (DAHLBERG, 2001:620), ao invés do forte modelo de discurso crítico-racional que se imagina. A carência de reflexividade e de um diálogo mais respeitoso levam Tamara Shepherd a afirmar que os fóruns e quaisquer outros conteúdos do site produzidos por usuários não são de fato a *comunidade*, da perspectiva utópica do processo, mas o que Henry Jenkins define como *participação* - em outras palavras, “práticas de consumo moldadas por *protocolos sociais e culturais*”<sup>49</sup> (SHEPHERD, 2009:38-40).

Outra maneira de interpretar essa função comunitária do *Rotten Tomatoes* é percebê-lo como *comunidade de interesses* homogênea, na qual os desejos, valores e preconceitos dos membros são reforçados e não contraditados, ou simplesmente como uma mídia social *ad hoc* (DAHLBERG, 2001; PAPACHARISSI, 2010; HAGUE, LOADER, 1999). A vinculação do site ao *Flixster*, uma rede social concebida com o intuito de proporcionar a *descoberta* de filmes e o encontro entre pessoas com gostos cinematográficos semelhantes, parece confirmar isso. Assim, no lugar de uma esfera pública *democrática* e *deliberativa*, o *Rotten Tomatoes* oferece uma plataforma, quase que nos moldes dos sites de encontro, de busca de consensos e de pessoas com as mesmas opiniões. Portanto, distante da *heterogeneidade* e do caráter *fragmentário*, o *Rotten Tomatoes* atrai a homogeneidade (pessoas que gostam do que você gosta) no intuito de facilitar a procura por produtos culturais que seriam mais apropriados ao consumo dos seus leitores. As ferramentas do site alinham preferências: seja entre usuários e críticos que compartilham gostos semelhantes (aplicativo do *Pop Secret* e a função *My Critics*) ou entre usuários através das suas interações nos fóruns de discussão.

Em diversos níveis, o site demonstra recursos específicos que a empresa possui e que viabilizam o acesso a dados dos usuários para traçar estratégias de consumo de anúncios publicitários, a semelhança do que faz o *Facebook* e o *Flixster*. Um olhar atento para as informações fornecidas aos anunciantes do

---

<sup>48</sup> Tradução para: “a ‘weak’ form of democratic participation”.

<sup>49</sup> Tradução para: “open-ended consumption practices shaped by ‘cultural and social protocols’”.

Rotten Tomatoes revela que o site atrai um grupo demográfico homogêneo – e bastante lucrativo. Os usuários do site são, em sua maioria, homens de classe média, universitários, entre 18 e 34 anos e sem filhos (ROTTENTOMATOES.COM). Esse grupo com um perfil de alto potencial de consumo indica as razões pelas quais o consórcio *IGN* adquiriu o *Rotten Tomatoes*. Apesar de Tamara Shepherd traçar conclusões precipitadas, já que dados empíricos sugerem que há um grande número de usuários hispânicos e americanos de descendência asiática no grupo, baseado no quadro demográfico que fornecemos até aqui, é difícil discordar da avaliação da autora de que o “vislumbre de *democracia* oferecido pelo RT serve, em última análise, para encobrir uma presumível manutenção das hierarquias tradicionais sobre gênero, etnia e classe social”<sup>50</sup> (SHEPHERD, 2009:33).

### Considerações finais

O *Rotten Tomatoes* atenua algumas hierarquias, e sua maior contribuição talvez seja diminuir os limites demográficos que a mídia local tradicionalmente enfrentou (HINDMAN, 2008:89). Antes do *Rotten Tomatoes* e de outros novos portais agregadores de críticas, seria difícil imaginar alguém da Califórnia ou da Nigéria lendo um texto do *Bangor Daily News*. Além disso, o site oferece, apesar de algumas ponderações realizadas anteriormente, uma facilidade de acesso a uma grande diversidade de críticas de cinema.

Há que se ponderar, contudo, que o site não chega a propiciar uma anarquia da produção crítica de cinema, tampouco mina a profissão e o seu *status*. O *Rotten Tomatoes* enaltece a atividade e o valor do crítico tradicional. As perspectivas de uma comunidade no *Rotten Tomatoes* somente podem ser entendidas nos moldes de uma mídia social formada por consumidores com gostos parecidos, ao invés de um modelo utópico de *democracia deliberativa* ou *esfera pública* (DAHLBERG, 2001). Na verdade, o site reforça o modelo de

---

<sup>50</sup> Tradução para: “glimmer of ‘democratization’ provided by RT ultimately serves to paper over its presumable maintenance of traditional hierarchies of gender, race, and class”.

autoridade crítica verticalizado através da sua forma, layout e funcionalidade, inclinando-se para a ideia de que os espectadores devem pautar suas decisões de consumo em discursos críticos, ao invés de anúncios publicitários ou no *boca-a-boca* (SHEPHERD, 2009:41). Longe de fragilizar o *status* da crítica de cinema, o *Rotten Tomatoes* a promove, expondo os potenciais espectadores aos seus modos de escrita. O site endossa a crítica na competição que esse formato sempre enfrentou com discursos informativos, incluindo o marketing oficial, as notícias sobre cinema etc.

A crítica pelo ponto de vista do *Rotten Tomatoes* deve ser entendida como parte de um discurso promocional-informacional, uma função frequentemente não admitida desse gênero textual desde a sua origem. Trata-se de uma função que tem causado grande discussão na contemporaneidade (e em outros tempos também) e que gera uma considerável inquietação entre os comentadores de cinema. Mais do que qualquer possibilidade de *democratização*, o problema é a fonte do aparente temor de Thompson (2008), McDonald (2007) e outros diz respeito à ontologia da crítica. Nesse sentido, o *Rotten Tomatoes* indica um propósito para a crítica de cinema que ainda gera atrito no setor, o comentário sobre a obra como uma ferramenta da sua comercialização. Autores como Shepherd (2009), seguindo o trabalho de Shyon Baumann<sup>51</sup>, lamenta: “os críticos de cinema profissionais podem ter começado suas carreiras como críticos de arte, mas hoje atuam essencialmente como *repórteres de consumo*”<sup>52</sup> (SHEPHERD, 2009:41). As alegações são de que veículos como o *Rotten Tomatoes* idiotizam a crítica, ao sair da esfera das análises ou avaliações críticas e informativas e adentrar no território da promoção.

É seguro afirmar que o *Rotten Tomatoes* (e outros espaços como o *Twitter* ou o *IMDb*) promove um contínuo *treinamento* dos discursos e formatos tradicionais da crítica, popularizando-a como uma atividade que pode ser praticada por um

<sup>51</sup> A autora tem como referência do autor o livro *Hollywood Highbrow: From Entertainment to Art* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2007).

<sup>52</sup> Tradução para: “professional film review may have begun as artistic criticism, but today primarily serve as a kind of *Consumer Report*”.

público mais amplo. Ainda assim, as mudanças realizadas pelo site são sutis e não põem fim às barreiras à entrada e às condições que tornam a prática da crítica uma profissão. Nesse ponto, é preciso explicar o que seriam essas *barreiras à entrada*. Trata-se de um termo usado por economistas para descrever os obstáculos que protegem um mercado de interferências, sendo um conceito articulado para explicar as razões pelas quais algumas atividades estão propensas a monopólios e outras situações que levam a uma possível crise. As *barreiras à entrada* na fabricação de diamantes, por exemplo, incluem os altos custos da compra de equipamentos e da publicidade, as despesas e riscos no contato com materiais escassos e as economias de escala ou a fidelidade do consumidor, que consolidaram companhias como a *DeBeer*. Em outras indústrias e negócios as *barreiras à entrada* podem assumir diferentes formas: para se tornar um motorista de taxi em Nova York, por exemplo, o sujeito deve portar um dos distintivos oficiais da cidade, que são regulados em número e valor. Por sua vez, em muitos países é exigido de profissionais do Direito ou da Medicina que passem em exames e/ou adquiram uma licença para trabalhar (DEMSETZ, 1982).

Existem algumas colocações a respeito dos mecanismos através dos quais a internet tem dissolvido essas *barreiras à entrada* dos críticos amadores. *Qualquer um* com um teclado e conexão à internet pode criar um blog em questão de minutos e se tornar um crítico. Os custos com a disseminação da crítica foram dramaticamente reduzidos na era digital, mas as *barreiras à entrada* permanecem, só que foram transformadas em filtros. Comentar alguma coisa tornou-se mais fácil, mas ser ouvido ficou mais complicado do que nunca. É verdade que existem agora milhões de blogs e os comentadores estão, teoricamente, corretos ao afirmar que qualquer um deles pode ser acessado gratuitamente por bilhões de usuários da internet (HINDMAN, 2008). Contudo, como Matthew Hindman nos lembra, essa hipótese, base dos temores dos críticos profissionais, é traiçoeira: “A internet proporciona a qualquer cidadão uma potencial audiência em bilhões, da

mesma forma que, potencialmente, qualquer um pode ganhar na loteria”<sup>53</sup> (HINDMAN, 2008:101). Na verdade, o tráfego na web para blogs é minúsculo: para cada um milhão de blogueiros, apenas algumas dezenas “possuem mais leitores do que o jornal de uma cidade do interior”<sup>54</sup> (HINDMAN, 2008:128). Para cada crítico amador que atinge um certo sucesso, dez mil trabalharão no anonimato como vozes no deserto, ou seja, críticos que dizem ou escrevem algo, mas que não são lidos.

De diversas maneiras, o potencial e os problemas da nova crítica de cinema se assemelham ao desenvolvimento da produção digital de filmes na década de 1990: as expectativas a respeito da disponibilidade das câmeras digitais, a capacidade de editar um filme no PC e, sobretudo, os desafios de criar uma audiência em um mercado saturado pelo cinema amador. Mesmo que algumas tradicionais *barreiras à entrada* tenham se tornado ultrapassadas, usuários do *Twitter* e outros críticos *online* têm que fazer sua autopromoção. Isso representa uma nova *barreira à entrada* e os economistas mostram como, em razão da “fidelidade a marca” (nesse caso, ao falecido Roger Ebert, a Peter Bradshaw, a um crítico do jornal local etc.), os “novos rivais, ansiosos para vender tanto quanto as empresas experientes, podem precisar mais da publicidade do que as firmas antigas (ou oferecer algum tipo de compensação vantajosa)”<sup>55</sup> (DEMSETZ, 1982:50).

Assim, acenamos para as conclusões de Matthew Hindman em seus estudos sobre blogs políticos. Apesar da retórica da democracia digital - e se nos basearmos no número de leitores (mais do que nos números de canais ou blogs) -, a internet reduziu a pluralidade e tornou os agentes dominantes ainda mais importantes (HINDMAN, 2008). Isso deve confortar os críticos que reagiram com tanta indignação ao pôster de *O Impossível*. “Tecnologias digitais criam espaços

---

<sup>53</sup> Tradução para: “The Internet does provide any citizen a *potential* audience of billions, in the same way that *potentially* anyone can win the lottery”.

<sup>54</sup> Tradução para: “have more readers than does a small-town newspaper”.

<sup>55</sup> Tradução para: “new rivals, seeking to sell as much as existing firms, may need to advertise more than existing firms (or offer some other compensating advantage)”.

públicos, mas não, necessariamente, viabilizam uma esfera pública”<sup>56</sup>  
(PAPACHARISSI, 2010:124).

### Bibliografia

- ABOUT critics. Disponível em: [www.rottentomatoes.com/help\\_desk/critics.php](http://www.rottentomatoes.com/help_desk/critics.php).
- BERGER, Maurice. “Introduction: The Crisis of Criticism”. In: \_\_\_\_\_. *The Crisis of Criticism*. Nova York: New York Press, 1998.
- BRADSHAW, Peter. “How Twitter users became the industry’s favourite critics”. In: *The Guardian*, 18 jan. 2013. Disponível em: <http://www.theguardian.com/film/shortcuts/2013/jan/16/twitter-users-film-industrys-critics>.
- CHMIELEWSKI, Dawn C. “Warner Bros buys social network Flixster, parent of Rotten Tomatoes”. In: *Los Angeles Times*, 05 mai. 2011. Disponível em: <http://articles.latimes.com/2011/may/05/business/la-fi-ct-flixter-20110505>.
- COLLIN, Robbie. “Who cares what Twitter critics think?”. In: *Daily Telegraph*, 18 jan. 2013. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-blog/9810807/Who-cares-what-Twitter-critics-think.html>.
- DAHLBERG, Lincoln. “The internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere”. In: *Communication and Society*, 4, 2001.
- DEMSETZ, Harold. “Barriers to entry”. In: *American Economic Review* 72.1, 1982.
- EAGLETON, Terry. *The Function of Criticism: From Spectator to Post-Structuralism*. Londres: Verso, 1984.
- FREY, Mattias. “Introduction: Critical Questions”. In: FREY, Mattias; SAYAD, Cecilia (org.). *Film Criticism in the Digital Age*. New Brunswick, New Jersey e Londres: Rutgers University Press, 2015a.
- \_\_\_\_\_. *The Permanent Crisis of Film Criticism: The Anxiety of Authority*. Amsterdam: University of Amsterdam Press, 2015b.
- HABERSKI JR.; Raymond J. *It’s only a Movie!: Films and Critics in American Culture*. Lexington: University Press of Kentucky, 2001.

---

<sup>56</sup> Tradução para: “Digital Technologies create a public space, but do not inevitably enable a public sphere”.

HAGUE, Barry N.; LOADER, Brian D. *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. Londres: Routledge, 1999.

HINDMAN, Matthew. *The Mith of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2008.

ITZKOFF, Dave. "Rotten Tomatoes halts comments on 'Dark Knight'". In: New York Times, 17 jul. 2012. Disponível em: <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2012/07/17/rotten-tomatoes-halts-reader-comments-amid-dark-knight-furor/>.

JONES, Janet; SALTER, Lee. *Digital Journalism*. Los Angeles: Sage, 2012.

MCDONALD, Rónán. *The Death of the Critic*. Londres: Continuum, 2007.

NEWS Corp. acquires IGN for \$650 Million. Disponível em: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2005-09-10/news-corp-dot-acquires-ign-for-650-million>. Bloomberg Businessweek, 10 set. 2005.

OWCZARSKI, Kimberly. "From Austin's Basement to Hollywood's Back Door: The Rise of Ain't It Cool News and Convergence Culture". In: *Journal of Film and Video* 64.3, 2012, p. 03-20.

PAPACHARISSI, Zizi. *A Private Sphere: Democracy in the Digital Age*. Cambridge: Polity, 2010.

ROTTENTOMATOES.COM traffic and demographic statistics. Disponível em: [www.quantcast.com/rottetomatoes.com](http://www.quantcast.com/rottetomatoes.com).

ROTTEN Tomatoes - Info: Facebook. Disponível em: [www.facebook.com/rottetomatoes/info](http://www.facebook.com/rottetomatoes/info). A

ROTTEN Tomatoes - Licensing. Disponível em: [www.rottentomatoes.com/help\\_desk/licensing.php](http://www.rottentomatoes.com/help_desk/licensing.php). b

RYAN, Tim. "An Oral History of RT, Part One: The Beginning". Disponível em: [http://www.rottentomatoes.com/m/rumble\\_in\\_the\\_bronx/news/1736415/comments/an\\_oral\\_history\\_of\\_rt\\_part\\_one\\_the\\_beginning/](http://www.rottentomatoes.com/m/rumble_in_the_bronx/news/1736415/comments/an_oral_history_of_rt_part_one_the_beginning/). Rotten Tomatoes, 23 jun. 2008a.

\_\_\_\_\_. "An Oral History of RT, Part Three: Ripe Tomatoes". Disponível em: [http://www.rottentomatoes.com/m/mean\\_girls/news/1736815/comments/an\\_oral\\_history\\_of\\_rt\\_part\\_three\\_ripe\\_tomatoes/](http://www.rottentomatoes.com/m/mean_girls/news/1736815/comments/an_oral_history_of_rt_part_three_ripe_tomatoes/). Rotten Tomatoes, 15 jul. 2008b.

\_\_\_\_\_. "An Oral History of RT, Part Two: Dotcom Daze". Disponível em: <http://editorial.rottentomatoes.com/article/an-oral-history-of-rt-part-two-dotcom-daze/>. Rotten Tomatoes, 03 jul. 2008c.

SAYAD, Cecilia. "Critics through Authors: Dialogues, similarities, and the sense of a crisis". In: FREY, Mattias; SAYAD, Cecilia (org.). *Film Criticism in the Digital Age*. New Brunswick, New Jersey e Londres: Rutgers University Press, 2015.

SHEPHERD, Tamara. "Rotten Tomatoes in the field of Popular Cultural Production". In: *Canadian Journal of Film Studies* 18.2, 2009, p. 26-44.

SWENEY, Mark. "Warner Bros buys Rotten Tomatoes owner Flixtser". *The Guardian*, 04 mai. 2011. Disponível em: <http://www.theguardian.com/media/2011/may/04/warner-bros-rotten-tomatoes-flixtser>.

THOMPSON, Anne. "Crix' caught losing critical mass". In: *Variety*, 07 abr. 2008.

WHO are the approved Tomatometer critics? In: *Flixtster*, 22 abr. 2014. Disponível em: <http://flixtster.desk.com/customer/portal/articles/62675-who-are-the-approved-tomatometer-critics->.