



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
COLEGIADO DOS CURSOS DE CINEMA**

DENIS GABRIEL DE SOUZA

**ACESSO DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS
BRASILEIROS ATRAVÉS DO YOUTUBE**

Pelotas/RS

2023

DENIS GABRIEL DE SOUZA

**ACESSO DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS
BRASILEIROS ATRAVÉS DO YOUTUBE**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Orientadora: Profa. Dra. Cíntia Langie

Pelotas/RS

2023

DENIS GABRIEL DE SOUZA

**ACESSO DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS
BRASILEIROS ATRAVÉS DO YOUTUBE**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Cíntia Langie (UFPEL, orientadora)

Prof. Dr. Guilherme Carvalho da Rosa (UFPEL)

Prof. Dr. Alexandre Masotti (UFPEL)

RESUMO

Diante do fato de que as opções tradicionais de consumo de obras audiovisuais brasileiras são limitadas e escassas, e por conta de uma dificuldade de distribuição dos filmes em janelas comerciais, nossa proposta consiste em olhar para um outro modo de permitir o acesso aos filmes nacionais. Este modo trata-se da plataforma YouTube, na qual proliferam-se cada vez mais diferentes tipos de acervos para compartilhamento de filmes brasileiros. O estudo concentra-se em uma breve análise do canal *Cinemateca Popular Brasileira*, que não se encontra mais em atividade. Conectando dados obtidos em entrevista com o administrador do referido canal e teorias do campo, o artigo problematiza a questão do acesso no YouTube que, apesar de ser amplo e popular, pode não representar a forma ideal de compartilhamento.

PALAVRAS-CHAVE: YouTube; cinema brasileiro; distribuição audiovisual; acesso à cultura; compartilhamento.

ABSTRACT

Given the fact that traditional options for consuming Brazilian audiovisual are limited and scarce, and due to difficulties in distributing films through commercial channels, our proposal is to explore an alternative way to enable access to national films. This way consists of the platform YouTube, where different types of collections for sharing Brazilian films are proliferating more and more. The study focuses on a brief analysis of the "Cinemateca Popular Brasileira" channel, which is no longer active. By connecting data obtained from an interview with the administrator of the channel and theories from the field, the article problematizes the issue of access on YouTube which, despite being broad and popular, may not represent the ideal form of sharing.

KEY-WORDS: Youtube; brazilian cinema; film distribution; access to culture; sharing.

SUMÁRIO

1.	Introdução.....	6
2.	O digital e o acesso de filmes brasileiros.....	9
3.	Youtube e as práticas de acervo.....	11
4.	O Caso da <i>Cinemateca Popular Brasileira</i>	15
5.	Considerações finais.....	18
6.	Referências.....	21
7.	Apêndices.....	23

1. Introdução

O audiovisual vem se transformando muito rapidamente nos últimos anos, sobretudo por conta de novos recursos digitais e novos métodos de produção e difusão de conteúdos. Se num passado não muito distante era necessário o apoio físico e tecnologias específicas para o consumo, agora o acesso e a popularização da internet e das plataformas digitais encurtam este caminho, assim como muda as formas de distribuição e exibição com o advento de plataformas colaborativas como o YouTube.

O presente artigo se propõe a refletir sobre o compartilhamento digital de filmes no Brasil, com foco em iniciativas sem fins lucrativos no ciberespaço. O objetivo principal é analisar as possibilidades de acervos brasileiros dentro do YouTube, gerenciados por pessoas comuns. A proposta visa entender como essa cultura de criar canais e compartilhar filmes pode vir a contribuir para um maior acesso a produtos que nem sempre estão disponíveis nas janelas tradicionais de consumo audiovisual. Sabe-se que a distribuição envolve diversos fatores e que se trata de uma problemática complexa. Também reconhece-se a importância da remuneração de produtoras e distribuidoras para a manutenção da indústria audiovisual e a necessidade de resguardo patrimonial das obras. Porém, não é objetivo desta pesquisa problematizar essa questão e sim pensar a respeito de uma forma paralela de compartilhamento de obras, que já vem acontecendo no Youtube há alguns anos.

A motivação para esta pesquisa surge da empiria, como usuário da plataforma, ao perceber que o acesso a filmes brasileiros mais antigos atualmente na internet se dá principalmente pelo YouTube, contribuindo para o ensino do audiovisual como também expandindo o repertório daqueles que se interessam por cinema. Outro ponto importante foi ver o crescente uso do YouTube nas casas brasileiras como um possível sucessor da televisão no consumo de audiovisual em ambientes domésticos.

O acesso à cultura dentro de um país de tanta diversidade como o Brasil ainda é elitizado e concentrado, já que os espaços tradicionais de difusão estão localizados nas grandes cidades, o crescente número de salas de cinema e os meios tradicionais de exibição não são o suficiente para abranger boa parte da

população, segundo estudo realizado pelo IBGE em 2018¹, apenas 10% das cidades brasileiras possuem cinema. Mesmo com serviços de streaming, que facilitam para o que o consumidor possa assistir filmes e séries de sua própria casa, ainda assim não abrange certos públicos pois estes serviços possuem um repertório muitas vezes exportado de países do norte global. O que fazer quando se quer assistir filmes realizados no Brasil?

Como meio para o compartilhamento de informações, a internet e a consequente cibercultura são peças importantes para o ato da distribuição informal, e isso não é algo novo para este espaço “a internet é um dos exemplos mais fantásticos de construção cooperativa internacional” (LÉVY, 1999) um lugar que incentiva e cria novas tecnologias para o livre acesso à cultura e a informação de forma comunitária e cooperativa reestruturando os padrões hegemônicos do mercado onde o preço é mais importante que a difusão do produto.

No Brasil a pirataria audiovisual foi e ainda é muito difundida nos camelôs e lojas de bairro, criando e sustentando uma cultura marginalizada que funciona na ilegalidade, porém muito funcional para o acesso dos produtos. De acordo com a pesquisa do site TorrentFreak² os serviços de streaming pirata estão sendo mais baixados do que os serviços originais no Brasil, isso demonstra como a pirataria tanto física quanto no ciberespaço é utilizada para o acesso desses produtos. Atualmente outras formas informais de compartilhamento são comuns e de fácil acesso online, e podem ser encontradas em plataformas muito populares, como o YouTube.

A quantidade de filmes brasileiros encontrados nesses meios é impressionante, alguns são distribuídos legalmente, mas em sua maioria são cópias não licenciadas. Mesmo com a barreira do copyright, clássicos do cinema conseguem atingir uma sobrevida graças a usuários que realizam o upload dos filmes. Muitos desses que possivelmente estariam perdidos, agora encontram novos jeitos de circular e formar um público, demonstrando que existe uma preocupação

¹ Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26239-pais-t-em-quase-40-da-populacao-em-municipios-sem-salas-de-cinema>. Acessado em março de 2023.

² Disponível em <https://torrentfreak.com/pirate-streaming-apps-beat-netflix-and-disney-in-brazils-play-store-220616/> Acesso em janeiro de 2023.

com o acesso desses filmes, assim criando um veículo de compartilhamento à cultura de forma eficaz.

Dessa forma, o presente artigo busca realizar algumas reflexões sobre o uso do youtube por canais brasileiros para compartilhamento de filmes, a partir da seleção de um canal específico. Trata-se da *Cinemateca Popular Brasileira*, um canal que catalogava e compartilhava filmes brasileiros mais antigos e que não se encontra mais em atividade por ter sido derrubado pela plataforma YouTube. O método pressupõe inicialmente entrevista com o administrador da Cinemateca, para depois realizar algumas considerações embasadas na teoria estudada. Foram utilizadas perguntas semi-estruturadas para conseguir compreender a dinâmica do canal e as perguntas se encontram anexadas na seção de apêndices do artigo.

A escolha do objeto se deu a partir de pesquisas no YouTube para encontrar canais que compartilham filmes, ao encontrar um projeto grande como o acervo escolhido logo surgiu interesse em entender como funcionava a administração, a pesquisa e as motivações para a realização deste canal. A *Cinemateca Popular Brasileira* funcionava há 10 anos e tinha como objetivo recolher filmes nacionais e compartilhá-los de forma pública com “mais de 700 playlists catalogando os filmes por ano de lançamento, gênero, filmografias de diretores e diretoras, mostras históricas e coletâneas temáticas, sendo uma ferramenta voltada ao estudo sobre o cinema brasileiro” como consta no site criado para o acervo³. As perguntas têm como objetivo entender as motivações e a metodologia do administrador, para, com isso, tentar contribuir com a complexa questão relativa ao youtube como possível ferramenta de preservação e difusão de cinema hoje.

Este artigo está dividido em três capítulos, o primeiro deles aborda questões relativas ao acesso de filmes nos meios digitais e como se dá o compartilhamento de filmes na cibercultura, buscando entender como essa cultura impacta o audiovisual e mais ainda o acesso de filmes brasileiros.

No segundo, "YouTube e as práticas de acervo" é observado de forma mais específica a plataforma YouTube, o crescente uso dela analisando os aspectos atrativos que fazem com que seja utilizada para o compartilhamento de filmes brasileiros.

³ Disponível em <<http://cinematecapopular.com.br>>. Acesso em fevereiro de 2023.

O último capítulo, “O caso da *Cinemateca Popular Brasileira*”, apresenta a entrevista realizada com o administrador do canal eleito como objeto de estudo, fazendo reflexões entre as respostas obtidas e os conceitos teóricos aqui abordados.

2. O digital e o acesso de filmes brasileiros

Com o rápido avanço das tecnologias, as formas de compartilhamento e distribuição de filmes têm mudado muito dentro dos meios digitais. Os serviços de streaming, desde o início do processo de internacionalização da *Netflix* em 2011, têm realizado um crescimento exponencial no consumo de produtos audiovisuais através da internet, e são um desafio muito novo para o mercado audiovisual brasileiro. De acordo com o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) no informe sobre o uso de *VOD* em 2022⁴, as plataformas estrangeiras mais utilizadas, *Amazon* e *Netflix*, possuem apenas 6% de conteúdo brasileiro em seu catálogo.

Ao mesmo tempo em que há aumento da oferta no ambiente digital, nota-se a reprodução de formatos e padrões estéticos, em uma relação paradoxal que consiste em maior volume de produções, mas com uma diversidade cada vez mais restrita a padrões internacionais. (LEMOS DA COSTA, Ana Beatriz, 2022, pg 22).

Assim, o acesso de filmes brasileiros dentro da cibercultura se dá muitas vezes por meios não oficiais, pela falta de oferta do mercado e pela cultura do compartilhamento.

A cibercultura é vista como um conjunto de técnicas, práticas, atitudes e modos de pensamento e valores que se desenvolvem junto com o crescimento do ciberespaço (Pierre Lévy, 1999) e é parte central do compartilhamento de informações na contemporaneidade. A internet tem esse propósito desde seu início, de encurtar caminhos e criar espaços de partilha, não apenas de textos e pensamentos mas como softwares, música, filmes e etc. com os avanços tecnológicos tornou-se mais fácil essa troca, onde antes num passado não muito

⁴ Disponível em <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-vod-pos-revisao-28-fev-2023.pdf>. Acesso em abril de 2023.

distante precisaria de máquinas específicas para realizar uma cópia e distribuí-la hoje qualquer computador é capaz de fazer isso. O termo guarda-chuva “pirataria” é usado para falar do compartilhamento de filmes sem a necessidade de um intermediário, da multiplicação da propriedade intelectual sem alteração ou desvio da obra, onde ela não perde o sentido e não tem fins lucrativos.

Esta modalidade de pirataria difere da pirataria física por ao menos dois fatores: primeiro, os objetos pirateados em um espaço virtual não são falsificações, e sim reproduções exatas dos originais, iguais em todos os aspectos. A única diferença é o meio pelo qual são transmitidas – entre usuários pela internet (TEIXEIRA CESAR, 2021, pg. 17)..

O livre acesso à informação torna-se um movimento dentro da cibercultura com os hackers e a pirataria digital, essas práticas ganham aspectos culturais que denominam a forma como a mídia é consumida hoje em dia, muitas vezes o usuário está consumindo algo de origem não licenciada sem saber, Liana Gross Furini afirma que o que é “chamado de pirataria pela indústria é vista como compartilhamento pelos usuários”. Essas práticas democratizam o acesso à cultura em um país centralizado, muitos filmes que antes seriam de difícil acesso, com uma rápida pesquisa se encontram para download, criando redes acessíveis e espaço de compartilhamento sem a necessidade de um intermediário da indústria.

A pirataria também pode contribuir para a difusão do produto, o caso do filme *Tropa de Elite* (Fernando Meirelles, 2007) que vazou três meses antes do seu lançamento oficial⁵, foi amplamente difundido nos camelôs mas garantiu um enorme público durante sua estreia na sala de cinema. Em sua pesquisa "*Competing with Free*" (2008) Michael D. Smith e Rahul Telang analisam em canais de televisão, transmissão de filmes que já estão disponíveis através de DVDs ilegais, demonstrando que a procura e a audiência permanece crescendo e a versão pirata funciona para encontrar novos públicos que antes não teriam acesso ao produto original.

O não cumprimento das leis de direito autoral pode na verdade estar ajudando as indústrias da música e do cinema a impulsionar suas vendas,

⁵ O autor compreende a importância da estreia inédita dos filmes nas salas de cinema, compreende a importância da salvaguarda de um período inicial de exploração comercial das obras e entende a preocupação dos produtores com o ineditismo, tanto para festivais quanto salas de cinema comerciais.

como afirmam Cammaerts, Mansell e Meng (2013), tornando-se uma forma de divulgação das obras para pessoas que não a conheceriam de outra forma (FURINI, 2015, pg. 62).

Para as produções brasileiras, o compartilhamento vem como uma democratização do acesso, se as salas comerciais muitas vezes se encontram nos centros urbanos, e assim como os serviços de streaming e VOD - *video on demand* - são inundados por produtos hollywoodianos, é importante refletir sobre as outras formas de circulação que os filmes brasileiros podem encontrar como as salas de exibição alternativas ou acervos não licenciados na internet. Tais formas de difusão são paralelas à indústria mas não negam a importância da comercialização das obras como única forma possível de manutenção desse meio.

A criação de espaços para filmes brasileiros depende dos próprios usuários, interessados na história do cinema nacional e muitas vezes uma pessoa que gosta do filme e quer compartilhá-lo mesmo de forma não oficial, normalmente são filmes antigos que encontram uma nova forma de circulação. São fóruns, pastas no Google Drive e até canais no YouTube que realizam esse método de redistribuição, com formas diferentes de pirataria e até mesmo com cópias licenciadas, esses espaços são usualmente geridos de forma comunitária e sem fins lucrativos.

3. Youtube e as práticas de acervo

A televisão tem um grande valor cultural dentro do Brasil, ditando o consumo de mídia de forma doméstica, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua realizada em 2021 pelo IBGE, cerca de 95% dos domicílios brasileiros possuem aparelho televisivo, não sendo mais necessário sair de casa em busca de entretenimento. A televisão fornece uma experiência diferente das salas de cinema e teatro, o tipo de mídia se difere e se desenvolve junto com a tecnologia, mas a procura e o interesse em se assistir filmes não é deixado de lado e de certa forma se hibridiza nesse meio. Com o surgimento da TV digital a experiência de consumo começou a se alterar, antes o espectador que assistia apenas o que lhe era transmitido agora pode escolher o que prefere consumir, seja por canais pagos que possuem uma programação específica ou pelos serviços de internet conectados a televisão, de acordo com a pesquisa do comitê gestor de internet no Brasil

(CGI.BR), o acesso a internet chegou a 83% dos domicílios no país, facilitando o acesso a outros modos de consumo. Essa mudança de hábito vem acontecendo gradativamente, a TV aberta e por assinatura ainda representa 79% da audiência domiciliar, mas logo em segundo está a plataforma de vídeos YouTube com 14,7% de acordo com a pesquisa realizada pela Kantar IBOPE media.

O acesso ao Youtube é de graça para quem tem acesso a internet e difere tanto dos canais de televisão quanto dos streamings pela possibilidade de uma cultura participativa, que funciona como uma rede social por incentivar o usuário criador, seja com a possibilidade de monetização dos vídeos possibilitando propagandas dentro dos conteúdos que são veiculados dentro da plataforma quanto pela criação de uma comunidade e feedback direto do público pela seção de comentários. Contudo existem alguns recursos dentro da plataforma que geram um mercado similar a outros serviços de streaming, considerado um OTT (*Over The Top Television*)⁶ "o YouTube, com exceção da forma de distribuição do conteúdo, consiste em um híbrido de todos os modelos." (LIGUORI FILHO e MEDEIROS FARIA, 2021) usando métodos AVOD (*Advertising Video on Demand*), TVOD (*Transactional Video on Demand*) e SVOD (*Subscription Video on Demand*) com seus diferentes serviços dentro da plataforma, o YouTube Movies por exemplo, funciona como TVOD para aluguel de filmes que depois de 30 dias do pagamento você perde acesso, assim como o Youtube Premium e a assinatura de canal que funciona como SVOD, liberando acesso a conteúdos exclusivos para o pagante, e o AVOD é o mais comum na plataforma, inserindo propagandas dentro de vídeos. Alguns deles são impedidos de serem monetizados por questões de copyright e a política do *content ID*⁷ utilizada na plataforma, o caso de muitos filmes brasileiros que foram compartilhados não por canais ou órgãos públicos mas por pessoas que possuíam uma cópia do filme e decidiram distribuir de forma gratuita.

O YouTube não representa uma colisão e sim uma coevolução aliada a uma coexistência desconfortável entre "antigas" e "novas" aplicações, formas e práticas de mídia (BURGESS, GREEN. 2009, pg 33).

⁶ São considerados OTT conteúdos que não estão ligados a um serviço de conexão de rede privada e que podem ser acessados pela internet. Como plataforma de redes sociais, videochamadas e de mensagens instantâneas.

⁷ Programa utilizado pelo YouTube que automatiza a identificação de conteúdo protegido por *copyright* de usuários parceiros da plataforma, quando encontra um vídeo que viola os direitos de uso de imagem ou som, o *content ID* pode rastrear um vídeo e/ou impedir a monetização.

Essas práticas herdadas de outras mídias gera essa controversa relação entre os direitos autorais e a cultura participativa incentivada pelo YouTube.

A cultura participativa para Jenkins (2006) representa esse momento onde fãs e consumidores participam ativamente da construção e circulação de novos conteúdos, contudo isso não era um problema para a indústria antes das novas tecnologias facilitarem o acesso e a propagação de remixes e conteúdos baseados em obras originais. Essa prática de livre criação foi um dos motivos da popularização do YouTube, contudo com o passar do tempo leis mais severas foram aplicadas nas questões de copyright da plataforma que pouco afetam a circulação de filmes brasileiros, assim abrindo uma brecha para a criação dos acervos digitais não licenciados dentro da plataforma.

São fatores complexos que possibilitam a circulação de filmes brasileiros dentro do YouTube de forma gratuita, existe o programa de verificação de conteúdo, por exemplo, que só funciona para empresas parceiras do YouTube.

Esse programa, como mostra no site informacional⁸, é voltado para empresas proprietárias de direitos autorais. [...] Ele auxilia na remoção de vários conteúdos por vez, visto que empresas de grande porte têm seus conteúdos protegidos pela lei dos direitos autorais. Sendo assim, essas remoções acabam sendo acompanhadas de uma solicitação por ordem judicial. (CHIES, Luiza Gervini. 2021 pg. 23)

O que para muitos filmes brasileiros que são feitos de forma independente e/ou com produtoras menores é um empecilho para assegurar os direitos de distribuição do produto. Além de que, por ser uma empresa norte americana, o YouTube aplica leis compatíveis ao seu país como o *fair use*⁹, que no Brasil não é aplicável, pois não possui uma lei equivalente. Essas e outras práticas fazem com que a plataforma seja um terreno incerto para a prática do compartilhamento, mas

⁸ Disponível em <https://support.google.com/youtube/answer/6005923?hl=pt-BR&ref_topic=9282364>. Acesso em maio de 2023.

⁹ “O *fair use* consiste em um conjunto de diretrizes no Título 17, parágrafo 107 (*Limitations on exclusive rights: Fair use*) do Estatuto do Direito Autoral dos Estados Unidos (*US Copyright Statute*) que permite a utilização de trabalhos de propriedade autoral de outras pessoas em certas situações não havendo a infração do conteúdo do proprietário.” BECKER, Keifer. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/91807/fair-use-e-sua-aplicacao-na-legislacao-brasileira>>. Acesso em abril de 2023.

ainda assim, pelo apelo de alcançar um maior público, existem muitos canais dedicados ao compartilhamento de filmes de forma gratuita.

Analisando as diferentes formas que esses canais funcionam dentro da plataforma, pode-se observar alguns tipos de organizações específicas para esse método de redistribuição não-oficial. Existem canais pessoais que compartilham filmes brasileiros de forma aleatória ou de acordo com seus próprios interesses, normalmente são filmes compartilhados pelo administrador por uma lógica curatorial vinculado ao gosto do dono do canal, desejando que a obra fique disponível para mais pessoas. Esses canais geralmente não possuem uma estratégia ou temática definida e podem incluir filmes de diferentes gêneros e épocas, e também vídeos não relacionados ao cinema.

Apesar de em sua maioria os filmes brasileiros encontrados no YouTube serem compartilhados de forma não oficial, existem canais com filmes licenciados, esses canais geralmente têm acordos ou são oficiais de distribuidoras ou produtoras de filmes para disponibilizar legalmente esses conteúdos na plataforma. Assim como existem canais geridos pelos próprios diretores ou responsáveis pelos filmes.

Dentro desses canais-acervos existem as playlists, que realizam uma pesquisa e curadoria dentro da própria plataforma, encontrando filmes em canais aleatórios, às vezes com apenas um carregamento e poucas visualizações, assim como os canais essas playlists podem ser temáticas ou não, mas reúnem de diferentes formas filmes “espalhados” pela plataforma.

Dessa forma, essa técnica de compartilhamento dentro da plataforma funciona de maneira eficiente para o acesso de filmes brasileiros, agregando estes produtos em um lugar de fácil pesquisa e encontro deles. Contudo, para com as práticas de acervo, apenas os métodos de alcance e distribuição informal não são o suficiente para a proteção e o possível arquivamento das obras brasileiras de difícil acesso, “O trabalho de arquivamento envolve atividades como avaliação, organização, descrição (catalogação), preservação, gerenciamento e acesso.” (MALTZ, R. SHEFTER, 2015)

Os filmes disponíveis dentro da plataforma YouTube estão sujeitos a compressão de imagem e som, o que pode prejudicar a qualidade final do conteúdo.

Além disso, não é tão ideal para a preservação de conteúdo de longo prazo, especialmente em comparação com formatos de arquivo de alta qualidade. Mesmo assim, o compartilhamento dos filmes nesse meio paralelo assume o papel social da contrapartida cultural do acesso, que de outra forma não seriam tão facilmente encontrados e assistidos, contudo ainda estarão sujeitos ao desaparecimento dentro da plataforma pois são dependentes de atividades externas do YouTube que podem prejudicar o compartilhamento dos filmes.

4. O Caso da *Cinemateca Popular Brasileira*

A *Cinemateca Popular Brasileira* era um canal no YouTube administrado por Marcelo Zelic¹⁰, com foco exclusivo no cinema brasileiro dos últimos 100 anos. Este projeto durou em torno de 10 anos e em seu último registro possuía quase 12 mil inscritos, com aproximadamente 2.300 filmes reunidos, contabilizando também os que eram agregados em playlists e não carregados diretamente no canal. Hoje o canal não se encontra mais em atividade por ter sido derrubado pela plataforma YouTube.

A escolha deste canal em específico como objeto de estudo se deu através de pesquisas para o encontro de filmes brasileiros na internet. Muitas vezes, não é fácil encontrar os filmes brasileiros nos serviços tradicionais de streaming, por isso a busca leva para fóruns, pastas no Google Drive, mas principalmente carregamentos no YouTube.

Quando este artigo se iniciou, o canal já estava fora do ar, mas a lembrança de utilizá-lo para estudos, pesquisas e entretenimento gerou o interesse de entender como o projeto era administrado e por que foi retirado de atividade pelo YouTube. Foi enviado um e-mail para Marcelo, administrador do canal, marcando uma entrevista, em vias de buscar entender a lógica de compartilhamento a partir do olhar de um próprio usuário.

¹⁰ Marcelo Zelic faleceu em maio de 2023. Além de ter sido administrador do projeto Cinemateca Popular Brasileira, ele trabalhava em defesa dos direitos dos povos indígenas, participou da Comissão Nacional da Verdade, foi vice-presidente do Grupo Tortura Nunca Mais de São Paulo e coordenador do Projeto Armazém Memória. Ver mais em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-05/morre-marcelo-zelic-defensor-dos-povos-indigenas>> Acesso em maio de 2023.

A entrevista foi realizada no dia 24 de março de 2023, via plataforma Zoom. Marcelo prontamente aceitou a proposta e se dispôs a participar a fim de gerar, como ele mesmo diz: “um movimento de reafirmação do domínio público”¹¹. A conversa foi gravada, com o intuito de poder acessar novamente os dados fornecidos por Marcelo, para analisar e compreender melhor as respostas. As perguntas pré-estabelecidas não foram tão necessárias durante a entrevista, já que Marcelo falou sobre todos os tópicos enquanto conversávamos, de forma espontânea.

No começo, ele contou que iniciou o projeto como válvula de escape para o seu trabalho regular. “Eu trabalho com direitos humanos, é algo muito pesado. Todo fim de ano eu pegava, pra dar uma aliviada na coisa, pegava o *Dicionário de Filmes Antonio Leão*¹² e encontrava filmes brasileiros pelas décadas de lançamento”. Esta afirmação demonstra que sua motivação sempre esteve atrelada à distribuição dos filmes brasileiros mais antigos. Seu método seguia uma certa cronologia a partir do *Dicionário de Filmes* e Marcelo pesquisava por período de lançamento. A cada ano, ele levantava os filmes lançados e ia agregando ao seu canal, o que demonstra um desejo de atuar não só no compartilhamento, mas também um cuidado histórico, valorizando a memória do cinema brasileiro.

Um fato curioso revelado durante a entrevista é a questão dos direitos patrimoniais dos filmes selecionados. De acordo com Marcelo, ele carregava no canal apenas conteúdos que estavam em domínio público ou autorizados pelos diretores. Ao fim do ano, atualizava seu canal com os filmes que entrariam em domínio público no ano seguinte, realizando carregamentos seguindo a lei de que após 70 anos do seu lançamento os filmes entram em domínio público¹³. Conforme sua ideologia, esses filmes deveriam estar disponíveis de alguma forma para estudo e pesquisa, e conta que teve de ir atrás dos arquivos para publicá-los de forma gratuita na internet. Desse modo, percebe-se que a iniciativa de criar playlists com conteúdos está atrelada a uma vontade de colocar os filmes brasileiros ao acesso de

¹¹ Fala de Marcelo Zelic durante entrevista feita pelo autor. Outros trechos serão citados ao longo do texto.

¹² Livro escrito por Antonio Leão da Silva Neto, reúne e cataloga os lançamentos de filmes de longa-metragem brasileiros de 1908 a 1992.

¹³ A lei de número 9.610 prevê no artigo 44. “O prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre obras audiovisuais e fotográficas será de setenta anos, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua divulgação.”

um maior número de pessoas, como uma defesa da diversidade cultural do país. “O canal tinha uma lógica. A *Cinemateca Popular Brasileira* era popular porque justamente não focava na qualidade do filme, mas sim na reunião desta produção audiovisual de longa-metragem”, conta Marcelo.

Segundo Marcelo, o canal agregava mais de 500 playlists, organizadas com filmes de diferentes diretores, décadas e gêneros, conteúdos já encontrados dentro da plataforma YouTube, carregados em outros canais. Essas playlists funcionavam como catálogo, pois era possível observar, a partir delas, todos os filmes de um diretor, ou quais filmes brasileiros participaram de algum festival importante. Quando algum canal caía, o que eventualmente acontece, a playlist era atualizada realizando a reposição dos links para outro canal. Caso o filme não fosse encontrado, o link permaneceria lá sem a possibilidade de assistir, mas serviria como consulta para pesquisa.

As playlists eram, portanto, uma peça importante do canal, que funcionava para facilitar as buscas por filmes e abrir a possibilidade de descoberta de outros. Contudo, foi a partir delas que o canal começou a receber denúncias. As playlists caíram e depois o canal foi totalmente tirado do ar. “Nunca entendi isso do YouTube, se você subir um filme e ele é impróprio para as regras do YouTube, o canal que tem que ser penalizado não é o meu, eu só pus em uma playlist”, comentou o administrador. Pergunto se ele tentou algo para retomar o canal, e ele responde que questionou a plataforma, mas “ninguém responde nada”. Marcelo contou, ainda, que várias pessoas entraram em contato para iniciar ações judiciais para a retomada do canal, mas revelou que não tem mais interesse nisso.

As leis do YouTube estão em constante mudança e é preciso estar atento para entender como elas funcionam, e muitas vezes é difícil para o usuário entrar com uma resposta para o *strike*¹⁴. Segundo Chies (2021), as solicitações dos usuários são deixadas em terceiro plano pela plataforma e não são analisadas com atenção, dando prioridade para empresas e órgãos governamentais.

Depois, a conversa retomou a questão do acesso aos filmes: “O cara que posta, ele posta porque ele gostou do filme. E você tem pouco espaço pro cinema

¹⁴ *Strikes* são notificações para reforçar as diretrizes da plataforma, um canal pode tomar até 3 *strikes* sem que sua conta seja removida do YouTube.

brasileiro, porque é caro pra um tanto de gente, porque tem uma programação que é toda ligada à indústria estrangeira, etc”. A fala de Marcelo evidencia que a carência de acesso aos filmes brasileiros é perceptível para além de estudantes e/ou pesquisadores, mas também para o público em geral que carrega e consome conteúdo audiovisual na plataforma.

“A devolutiva do acesso demora muito” comentou o administrador do canal em relação aos filmes brasileiros financiados com dinheiro público, e acrescenta que depois de mais ou menos 3 anos os filmes já não são tão comerciais e podiam ser liberados de alguma forma. Contudo, ele concorda que é necessário um tempo de exploração comercial da obra: “não precisa ser imediatamente, o filme tem que ser lançado, tem que ser comercializado, vai concorrer a vários eventos, mas chega a um momento que ele [...] não circula economicamente”. Mediante essa declaração, Marcelo demonstra preocupação com uma janela para exploração comercial, pois reconhece que muitos usuários deste meio não percebem que podem estar afetando a geração de receita das obras, principalmente quanto aos produtos brasileiros recém lançados e que necessitam de um retorno financeiro.

Quando perguntado sobre os usuários e as interações que obteve com os consumidores do canal, Marcelo fala que sempre teve comentários nos filmes, às vezes resenhas ou lembranças afetivas de algum usuário. Ele destaca que algumas pessoas, normalmente estudantes, já entraram em contato para pedir acesso a cópia utilizada no canal para pesquisa e/ou produções próprias.

A entrevista termina com Marcelo exaltando a importância do YouTube para um maior acesso à arte feita no Brasil. O administrador ainda questionou a difusão dessas obras, perguntando de forma irônica onde se encontram os filmes que deveriam estar em domínio público? Por fim, ele exemplifica seu trabalho com a *Cinemateca Popular Brasileira* como uma simples saída, diante da falta de um projeto de compartilhamento gratuito ou sem fins lucrativos, seja oriundo de universidades ou até por órgãos governamentais.

5. Considerações Finais

O artigo tinha como objetivo analisar um acervo específico de filmes brasileiros dentro do YouTube e entender o modo de funcionamento desse tipo de iniciativa. Após investigar modos de compartilhamento de obras brasileiras através da plataforma, e com a ajuda de outros estudos sobre difusão de filmes e o uso das plataformas digitais, foi possível observar que essa forma de distribuição não-oficial tem seus lados positivos, como a contribuição ao livre acesso à cultura e a promoção do encontro entre obras e seus espectadores.

A partir do recurso metodológico da entrevista com o administrador do canal selecionado, foi possível obter dados elucidadores sobre o tema - principalmente no que se refere à motivação de catalogação e preservação da memória do cinema brasileiro desse tipo de iniciativa. Ao fechar a pesquisa, talvez seja importante ressaltar uma certa limitação deste método, pois talvez se tivéssemos entrevistado outros usuários o artigo geraria mais diversidade de dados. Porém, o objetivo desta pesquisa não é esgotar o tema, tampouco pretender uma descrição completa da temática, mas sim lançar um olhar sobre práticas do Youtube e compartilhar algumas reflexões sobre as dificuldades de acesso aos filmes feitos no país.

Com as mudanças no consumo de mídia a partir do uso da internet e o progressivo uso dos meios digitais para o acesso a produtos audiovisuais, o compartilhamento não-licenciado surge como uma ponte para o encontro de filmes às pessoas que não teriam acesso de outra forma. Após investigar de forma aprofundada o canal *Cinamateca Popular Brasileira* no YouTube, percebe-se além da motivação para o acesso a filmes brasileiros, o interesse do usuário da plataforma, de atuar de forma curatorial nos processos de compartilhamento do audiovisual.

Essa iniciativa de Marcelo Zelic, que de forma individual fez o serviço de catalogar filmes brasileiros e disponibilizá-los de forma livre e de fácil acesso, demonstra certa ineficiência das instituições tanto públicas quanto privadas para com a memória do cinema nacional.

Portanto, pode-se aprender algumas lições a partir dessa prática, uma delas é a importância de tornar os filmes brasileiros mais acessíveis ao público em geral, a plataforma é de fácil acesso e amplamente utilizada, o que a torna um canal simples para a distribuição de filmes brasileiros. Contudo, o compartilhamento no YouTube

não é um método ideal de distribuição, especialmente quando se trata da preservação e o monopólio da empresa, pois apesar de parecer democrática, a plataforma possui seus interesses e tem controle sobre os conteúdos publicados e pode prejudicar o acesso a eles. Essa forma de compartilhamento também pode gerar uma perda de receita para as produtoras e distribuidoras dos filmes, que dependem de um lucro em cima do patrimônio para financiar futuras produções.

Outros meios de distribuição de filmes brasileiros podem ser desenvolvidos. Por exemplo, pode-se criar serviços de streaming acessíveis que se concentrem em filmes nacionais e avançar na regulação das plataformas já existentes para adequá-las ao mercado audiovisual brasileiros. O importante é que essas formas de distribuição sejam pensadas de maneira estratégica e com incentivo ao cinema nacional, para que possam ser sustentáveis e efetivas em promover a diversidade cultural e o desenvolvimento da indústria cinematográfica brasileira.

Com o crescimento do consumo das plataformas de streaming tradicionais, muitos países têm tentado encontrar a sua forma de regulamentar os serviços para incentivar a produção e a diversidade local. Países e regiões como Índia, Coreia do Sul e a União Europeia têm desenvolvido leis com diferentes abordagens para garantir que o conteúdo dessas plataformas seja condizente com o país (MAZUR, MEIMARIDIS, RIOS, 2021).

Existem soluções e iniciativas alternativas aos serviços de streamings tradicionais sendo desenvolvidas, no Brasil é possível citar as plataformas gratuitas e focadas em conteúdos brasileiros como o Itaú Cultural Play e Spcine Play, que possuem as obras de forma licenciada e garantem o acesso a uma diversidade de filmes. Já em outros países pode-se observar o CINE.AR Play, criado pelo INCAA¹⁵, uma agência do governo argentino que promove a indústria cinematográfica do país, esta plataforma de streaming garante acesso para muitos filmes argentinos gratuitamente, e os lançamentos em forma de aluguel por demanda.

É importante considerar as formas alternativas de compartilhamento para compreender os diferentes meios de consumo e por qual razão este método se faz necessário, como um sintoma do acesso no país. É preciso também questionar o

¹⁵ INCAA (Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais), se trata do órgão equivalente à Ancine no Brasil.

modo que isso está sendo feito, e qual horizonte desejamos quando falamos em acesso. Sem pretender um juízo de valor, questionamos que outros modos de distribuição de conteúdos brasileiros podem surgir ou se qualificar, para garantir o acesso de forma democrática? Desta forma, o artigo propõe-se como uma pequena contribuição à discussão já existente há muitos anos no Brasil, sobre o acesso aos filmes realizados no país.

6. Referências

ANCINE. **Mercado Cinematográfico Informe Anual Preliminar 2021**. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA, 2022

BURGESS, Jean. GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo : Aleph, 2009.

CAMMAERTS, Bart; MANSELL, Robin; MENG, Bingchun. **Copyright & Creation: A Case for Promoting Inclusive Online Sharing**. LSE - Media Policy Project. The London School of Economics and Political Science, 2013.

CGI.BR. **TIC DOMICÍLIOS**. Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. São Paulo, 2021.

CHIES, Luiza Gervini. **Youtube, dispositivos e a produção audiovisual**: Um olhar sobre realizadores audiovisuais independentes. TCC (Graduação), Universidade Federal de Pelotas, Faculdade de Cinema de Animação, 2021.

DE ALMEIDA MORAES, Cândida Maria Nobre. **Pirataria no Ciberespaço**: Como a lógica da reprodutibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria. João Pessoa, 2010.

DE LUCA PRETTO, Nelson; NORO CORDEIRO, Salete; DOS SANTOS OLIVEIRA, Washington. **Produção Cultural e Compartilhamento de Saberes em Rede**: Entraves e Possibilidades para a Cultura e a Educação. Educação em Revista - UFMG, vol. 29, núm. 3, setembro, 2013.

FORD, Sam. GREEN, Joshua. JENKINS, Henry. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo : Aleph, 2015

FURINI, Liana Gross. **Pirataria de audiovisual o protocolo BitTorrent como forma extraoficial de distribuição online de longas-metragens**. Porto Alegre, 2015.

GARCIA-RECUERO, Alvaro. IBOSIOLA, Damilola. STEER, Benjamin. STRINGHINI, Gianluca. TYSON, Gareth. UHLIG, Steve. **Movie Pirates of the Caribbean: Exploring Illegal Streaming Cyberlockers**. Londres, University College London. 2018.

GARDINER, Bryan. **MPAA: Frustrated Consumers Will Pirate**. PCMag. 2006. Disponível em <https://www.pcmag.com/archive/mpaa-frustrated-consumers-will-pirate-191502>. Acesso em maio de 2022.

JENKINS, Henry. **Convergence Media: Where old and new media collide**. New York University Press. 2006.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Video 2023**. Março de 2023. Disponível em https://kantariropemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media_In-side-Video-2023.pdf

LEMOS DA COSTA, Ana Beatriz. **Velhas e novas barreiras, novos e velhos atores**: descompasso entre tecnologias e regulação das comunicações no Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Brasília, 2022.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIGUORI FILHO, Carlos Augusto. MEDEIROS FARIAS, Victor Varcelly. **Ancine VOD e YouTube**: Reflexões Sobre a Regulação e o Fomento de Vídeo sob Demanda no Brasil. *In*: DE FREITAS, Bruna Castanheira, FRANCISCO, Pedro Augusto P, MIZUKAMI, Pedro N, REIA, Jhessica. **Da Televisão ao YouTube**: Influenciadores, Audiências e Normas. 1. ed. Rio de Janeiro. Beco do Azougue, 2021. pg 309 - 330.

MARQUES, Rodrigo Moreno. **Karl Marx enfrenta o enigma da produção imaterial**. Liinc, Revista, Rio de Janeiro, v.16, n.1, maio 2020.

MAZUR, Daniela. MEIMARIDIS, Melina. RIOS, Daniel. **Agendas Regulatórias no Mercado de Streaming**: Disputas e discrepâncias em países do centro e da periferia global. In: IV Jornada Internacional GEMInIS (JIG 2021) Disponível em: <<https://www.doity.com.br/anais/jig2021/trabalho/227555>>. Acesso em abril de 2023.

MALTZ, Andrew. R. SHEFTER, Milton. **O Dilema Digital 2**: Perspectivas de cineastas independentes, documentaristas e arquivos audiovisuais sem fins lucrativos. [traduzido por] Millard Schisler; Osvaldo Emery e Patricia Filippi. São Paulo: Instituto Butantan, 2015.

SAR, Ernesto Van Der. **Online Piracy is More Popular Than Ever**. TorrentFreak, 2018. Disponível em <<https://torrentfreak.com/online-piracy-is-more-popular-than-ever-research-suggests-180321/>> . Acesso em maio de 2022.

SMITH, Michael; TELANG, Rahul. **Competing with Free**: The impact of movie broadcasts on DVD sales and internet piracy. In MIS Quarterly Vol. 33 N. 2 p. 321-338, Jan/2008.

TEIXEIRA CESAR, Daniel Jorge. **Cultura da Cópia**: O Compartilhamento de Arquivos e a Prática da Pirataria Online. São Paulo, Editora Dialética, 2019

URUPÁ, Marcos. **PNAD 2022 mostra que caiu o número de domicílios com TV e parabólicas estão em 16 milhões de lares**. Tela Viva. Setembro de 2022. Disponível em <<https://telaviva.com.br/16/09/2022/pnad-2022-mostra-que-caiu-o-numero-de-domicilios-com-tv-e-parabolicas-estao-em-16-milhoes-de-lares/>>. Acesso em março 2023.

7. Apêndices

A. Perguntas para entrevista com Marcelo Zelic, administrador do canal Cinemateca Popular Brasileira.

- Desde quando você é usuário do youtube? Como começou sua relação com a plataforma?
- Qual sua relação com o cinema?
- Qual foi a motivação para criação do acervo?
- Por que escolheu o YouTube como plataforma?
- Existe um apoio financeiro ou é monetizado? Ou é uma ação totalmente sem fins lucrativos?
- Como foi o processo e a pesquisa para encontrar os filmes?
- Houve uma maior dificuldade em encontrar filmes nacionais?
- Quais os problemas mais comuns em administrar esses acervos? Como contorná-los?
- Já recebeu alguma denúncia por algum filme? Se sim, quais tipos de filmes isso acontece mais?
- Pensando em filmes que são retirados de catálogos, existe uma preocupação com o arquivamento dentro do acervo?
- Você tem algum retorno de público? Tem alguma forma de mensurar especificidades dos usuários de seu canal (localização, idade, tipo, etc...)?
- Como vê o papel da pirataria num país como o Brasil em que nem sempre os conteúdos de arte e os conteúdos realizados no país estão ao acesso da maioria da população?
- Você autoriza que seu nome e /ou seu canal sejam citados no meu Trabalho de Conclusão de Curso? Em caso negativo, como posso me referir ao seu canal?