

# ENSAIO CRÍTICO SOBRE O SITE METACRITIC

## CRITICAL ESSAY ABOUT METACRITIC'S WEBSITE

Roselia Cristina de Oliveira<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente trabalho apresenta um ensaio crítico sobre o Site Metacritic ofertando uma análise de como o site se organiza, qual o seu objetivo e como a indústria midiática configura e manipula a informação.

**Palavras-chave:** Crítica Cinematográfica; Metacritic; Manipulação.

### ABSTRACT

*The present work presents a critical essay on the Website Metacritic giving an analysis of how the site is organized, what is your goal and how the media industry sets up and handles the information.*

**Keywords:** Film Critic; Metacritic; Manipulation.

O Metacritic é um website Americano, criado em 2001, por Jason Dietz, Marc Doyle e Julie Roberts, com o objetivo de reunir críticas de álbuns, videogames, filmes, programas de televisão, DVDs e livros. Para cada produto,

um valor é atribuído entre 0 a 100, sendo computado e ofertado uma média aritmética ponderada. Um trecho de cada crítica é citado junto com um hyperlink. As críticas são ilustradas com três cores: vermelho, amarelo, e verde, resumindo a avaliação de cada produto. Cada nota é convertida para um percentual, com alguns veículos recebendo um peso maior dependendo da categoria. O site possibilita que os usuários cadastrados publiquem suas críticas. Foi comprado pela Rede CNET Networks Incorporated, sediada em São Francisco, Estados Unidos.

O site Metacritic configura-se num mecanismo de manipulação midiática da indústria do entretenimento, que se vale da seleção de filmes, programas de TV, vídeo clipes e jogos da web, guiando o que o público deve consumir, e se fortalece como estratégia de dominação cultural. Consolidado no mercado como um dos sites de maior audiência, tem num processo duvidoso de avaliação, um caráter subjetivista definindo os melhores e os piores de cada gênero. Enquanto mecanismo de manipulação das classes dominantes, o grupo que mantém o site no ar, integra um dos cartéis do entretenimento hollywoodiano.

Objetivando o lucro, estabelecem uma rotina de divulgar, orientar, definir o que

<sup>1</sup> Roselia Cristina de Oliveira, Potiguar. Doutoranda (PPGED/UFRN), Professora. Graduação: História (Licenciatura e Bacharelado) – UFRN / Pós-graduação: Mestrado em Educação (PPGED-UFRN). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4853704836448136> Email: [rosecrisoliveira@yahoo.com.br](mailto:rosecrisoliveira@yahoo.com.br)

deve ser valorizado das produções, criam formas sutis de “teleguiar” o público, que prestigia o site mantendo a engrenagem, ao participar do processo de escolha do melhor e do pior da indústria cultural do momento, sem refletir a sua razão de ser.

A permanência desses mecanismos na nossa sociedade se vale da alienação de seu público, provocada pela ausência de uma educação problematizadora que permita pensar as causas de determinados acontecimentos. Esse processo de manipulação preocupa, pela sutileza nos procedimentos e de como o público se deixa conduzir no espaço “democrático”. Compreender como um determinado grupo de críticos possa definir o que devo assistir e considerar o melhor ou pior, sem deixar claros os parâmetros dessas escolhas, sem me dar liberdade de opinar, é no mínimo estranho e sem dúvida, assustador.

A divulgação dos melhores de cada gênero, entre os quais estão os mais vendidos e visualizados, partindo de um determinado referencial, definindo o que faz sucesso ou fracassa no ranking midiático, me faz refletir acerca dos critérios de avaliação utilizados pelo site, de como esses mecanismos inibem os artistas e empreendedores que não conseguem alcançar determinados padrões, provocando as seguintes questões: Até onde vai a influência da mídia nas nossas escolhas? Que critérios são utilizados para movimentar a classificação do site Metacritic? Que grupos integram e manipulam as críticas que definem a avaliação de cada produto? Que ideologias estão envolvidas neste processo? Essas questões me atravessam e fazem pensar acerca do poder de manipulação da mídia em nossa sociedade, de como somos influenciados, digo “teleguiados” a consumir produtos que não nos representam e nossa responsabilidade ao mantermos esse estado de coisas.

Somos influenciados pela propaganda e condicionados por seus mecanismos o tempo todo. Seja de maneira aberta e manipulada ou por instrumentos sutis. E assim, vamos ajudando a manter grandes grupos, fazendo esta engrenagem girar.

Ao analisarmos o contexto histórico em que vivemos, nos deparamos com uma sociedade individualista, que descarta relações, que consome produtos, notícias, eventos, artes numa velocidade impressionante, sem nenhum questionamento. Estamos conectados às redes sociais, pressionados pela necessidade de comunicação instantânea, tornando-se quase uma obrigação integrar o sistema. É transgressor, e porque não, dizer “subversivo”, aquele indivíduo que nada contra a corrente.

A revolução provocada com o surgimento da fibra óptica, da robótica e pelas inúmeras possibilidades ofertadas por novas tecnologias modificam as comunicações e as relações econômicas, políticas e sociais no planeta. Habermas nos fala que:

[...] o mundo da vida é tudo aquilo que rodeia o homem, é toda forma de entendimento social, desde o mundo relativo às coisas objetivas, passando pelo campo social no qual o indivíduo está inserido, incluindo as normas e as regras que regem a sociedade, até o mundo dos sentimentos e das experiências vividas de cada indivíduo. (HABERMAS, 2000, p. 23).

Sendo assim, a nova ordem social nos condiciona a manter as relações pessoais e interpessoais alteradas por essas conexões, massificando e fluidificando as comunicações. É raro ver alguém se recusar a bater um papo no WhatsApp, realizar postagens no Facebook ou no Instagram, deixar um *like* na *time line*, assistir séries na Netflix, participar

de reuniões pelo Skype, realizar compras pela internet, arquivar dados nas nuvens e demais ações que envolvem o universo das tecnologias e das redes de informação.

Podemos considerar o Século XXI como uma “Sociedade Intensiva do Conhecimento”, acordando com (DEMO, 2010, p. 15), que caracteriza um tempo de inovações tecnológicas, circulação rápida de informações e conhecimentos que modificam a rotina, estimulando a consumir numa velocidade jamais vista. Para se adaptar as mudanças do mercado, o mundo virtual e os demais meios de comunicação precisaram se reinventar, para dar conta de produzir em larga escala, num curto espaço de tempo, produtos que alimentam a indústria cultural<sup>2</sup> atual.

A grande questão de toda esta engrenagem, é que, em seu domínio, a arte:

[...] deixa de ter o caráter único, singular, expressão de genialidade, sofrimento, angústia do artista, para ser um bem de consumo coletivo, destinado a venda, avaliado segundo sua lucratividade ou aceitação de mercado e não pelo valor estético, filosófico, literário que possa apresentar. (FREITAG, 1993, p. 72).

Acerca dos desdobramentos da Indústria Cultural, o cinema se configura como o auge da massificação. No entanto, a televisão invadiu as residências com a sua ideologia, fortalecendo o mercado consumidor. No Brasil, historicamente, a Indústria Cultural surge na década de 1940 e se consolida na década de 1970, com a TV a cores e o cinema sob o controle dos militares e

<sup>2</sup> Por Indústria Cultural compreendemos a forma “pela qual a produção artística e cultural é organizada no contexto das relações capitalistas de produção, lançada no mercado e por este consumida” (FREITAG, 1993, p. 72).

vinculado as parcerias de empresas privadas. Foi com os militares que tivemos um amplo avanço da indústria cultural (ALMEIDA; GUTIERRE, 2005), através da incorporação e importação do aparato tecnológico ligado às artes visuais, e a televisão.

Assim, consideramos a década de 1970, como um recorte cronológico pertinente para ampliar o nosso olhar acerca dos mecanismos de manipulação midiática, um instrumento importante para o estudo historiográfico atual, que possibilita relacionar o período de endurecimento da repressão política, o consumismo, um certo esvaziamento cultural advindo da censura e perseguição aos artistas brasileiros, as reações da esquerda, com os estudos sobre a Indústria cultural, analisando um contexto histórico que apresentava uma realidade de conflitos e contradições, explicitados pelo dilema de “entrar ou não no sistema”, ou seja, aceitar os esquemas da indústria cultural ou manter-se marginal naquele momento.

Entender os mecanismos de controle ideológicos, os comportamentos que se opuseram ao padrão estabelecido do período, as relações entre a cultura daquela época e o consumo são caminhos possíveis para compreendermos o funcionamento da indústria cultural e os padrões adotados no período, possibilitando analisarmos as aproximações, os distanciamentos, as mudanças, as permanências, as diferenças e as semelhanças entre 1970 e a nossa sociedade atual.

Encontramos na obra de Glauber Rocha, a expressão deste dilema, no seu trabalho a *Estética da Fome*<sup>3</sup>, que propunha um cinema “revolucionário na forma e no conteúdo, uma

<sup>3</sup> ROCHA, Glauber. Uma estética da fome. **Arte em Revista**. São Paulo, Kairós, n. 1. p. 15-17, jan./mar. 1979.

arte distante das preocupações puramente formais, bem como outras expressões” (PAES, 1982, p. 74).

O surgimento da contracultura idealizando o marginalizado com novas formas de vivência e expressão, a Vanguarda do Desbunde quebrando padrões, a imprensa alternativa do Pasquim e outros grupos alternativos, o cinema underground, o grupo Secos & Molhados, os Dzi Croquettes, a produção coletiva Navilouca, de Waly Sailormoon e Torquato Neto, o Rock e o Pop influenciando a juventude e provocando a contestação do estado de coisas, estabelecido pela ditadura.

A marginalização, a agressão, a transgressão era uma forma da sociedade alternativa reagir ao sistema. A abertura política da década de 1980 propicia um desenvolvimento vertiginoso caracterizado pela globalização e o fim da censura. A propaganda sedutora, que antes entrava nos intervalos da programação do rádio e da TV, agora invade as páginas da web com imagens sedutoras e sugestões subliminares visando tão somente a manter o padrão social de uma elite pensante, que dita as regras e impõe seu estilo de vida consumista e descartável.

Controlada por grupos que buscam o lucro e o consumo rápido de uma arte que não representa grande parte de seu público, esse sistema é mantido pela população que alienada, desinformada acerca de sua realidade, abandona suas raízes, sua cultura e sua identidade para consumir produtos que chegam de fora, sugeridos pela indústria imperialista, banalizando e relegando a nossa cultura a invisibilidade, como se não fossemos competentes para produzi-la.

Nesse sentido, consideramos o Site Metacritic uma estrutura que se fundamenta na produção em série para o consumo

acelerado e descartável, influenciando o consumo nos quatro cantos do mundo num sistema veloz de divulgação mantendo seu poder de convencimento e seduzindo seu público, através de mecanismos de classificação, definidas pelo *metascore* de cada obra. Dessa forma eleva o papel da crítica lhe dando o sobrepeso ao estabelecer um ranking, selecionando autores, criadores de jogos, artistas a produzirem programas, músicas, filmes, vídeos, jogos em determinado padrão massificando a arte.

O artista, o produtor, o criador de determinado segmento, para ser incluído neste esquema, precisa se enquadrar e seguir o modelo estabelecido. Quem nada contra essa dinâmica, criando arte original, termina caindo na lista dos inadequados pelos critérios determinantes do site, excluídos pela crítica negativa e não vendem, ficam de fora do mercado, tornam-se obsoletos e são rejeitados pelo público.

O público consumidor, “Teleguiados pelos magos do Metacritic”, muitas vezes, sem ter visto determinado produto e realizado a sua própria crítica, excluem as obras que caem na lista dos piores, confirmando o poder de manipulação desses sites influenciadores de opinião e do que informam como verdade absoluta. Pensando sobre esse processo, sem dúvida, cruel e alienador para produtores e consumidores, percebo de maneira assustadora que em nossa sociedade: ouvir, ler, assistir, jogar são ações produzidas em série, mecanizadas, condicionadas por influenciadores sem o mínimo de reflexão.

Ao longo da nossa história, são inúmeros os exemplos da boa ou má interferência da mídia, a depender do seu olhar observador. Atualmente, somos obrigados a ouvir músicas, assistir programas, frequentar bares

e participar de eventos em que determinados segmentos se mantêm, como o sertanejo estilo sofrência, entre outros da moda que forçam a barra no cenário musical.

Como se não bastassem as pressões imagéticas dos produtos de beleza na TV e nos salões, a propaganda se encarrega de vender o padrão de beleza europeu dos cabelos loiros, lisos com luzes, assim como o estímulo das academias e lojas de moda que focam no estilo fitness forçando o consumo para além da saúde, estimulando a corrida pelas academias, dietas da moda para conquistar a barriga tanquinho. Sem esquecer da obrigação de assistir as séries do momento da Netflix e comentar com seus colegas e familiares, e os inúmeros programas de reality de Masterchef... e tantos exemplos de consumo que definem comportamentos e características de massificação de nossa sociedade que muitas vezes não são percebidos.

Seguir o padrão é a ordem estabelecida, e transgredir esses padrões é não se manter nas páginas midiáticas. Para entender como esse processo de manipulação acontece, Marilena Chauí, (1996. p. 329) destaca como efeitos danosos em nossas mentes: “a dispersão da atenção e a infantilização”. E nesse sentido, a mídia divide sua programação com interrupções comerciais em filmes, programas, novelas, páginas da web bombardeando nossa mente com imagens que sugerem a compra de determinados produtos para satisfazer necessidades que não temos.

Acerca da infantilização, a mídia consegue fazer isso ao oferecer gratificação instantânea pelo desejo de consumir determinados produtos, não havendo reflexão, e sim, uma grande oferta de mercado. Invertendo a realidade, a ficção promete a felicidade em doses homeopáticas, constantes, inculcando

modelos de conduta, referências de padrões, valores, hábitos, ideias e o pior, nesse processo do “ter mais” vamos reproduzindo modelos, influenciando crianças e adolescentes a consumir passivamente, reproduzindo um processo que mantém a estratégia de manipulação para alienar e dominar pessoas.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marco; GUTIERREZ, Gustavo. O afastamento do nacional popular e a incorporação da Indústria Cultural no lazer brasileiro: influência do Regime Militar. *Licere*, Belo Horizonte, Celar, v. 8. n. 2, p. 90-98, 2005.

CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 1996.

DEMO, Pedro. Educação Científica. *R. Educ. Prof.*, Rio de Janeiro, v. 36, n. 1, p. 15, jan./abr. 2010.

FREITAG, Bárbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade: doze lições*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

OLIVEIRA, Roselia Cristina de. *Mulheres, Educadoras, Cidadãs: anjos de Arrabalde*. In: SILVA, Marcos; CHAVES, Bené (org.). *Cenas brasileiras: o cinema em perspectiva multidisciplinar – 1928-1988*. Natal, RN: EDUFRN, 2009.

PAES, Maria Helena Simões. *A década de 60: rebeldia, contestação e repressão política*. São Paulo: Ática, 1982.