

## Mudanças no ato de ir ao cinema e produzi-lo

Juliana de SOUZA<sup>1</sup>

### Resumo

A proposta deste artigo é analisar como o surgimento de novas tecnologias vem interferindo no ato de ir ao cinema e de produzi-lo. Para o cumprimento desse objetivo foram abordadas de maneira mais ampla – com um breve histórico desde o seu surgimento – as seguintes mídias: televisão, videocassete, DVD, *Blu-ray* e internet. Tal estudo propõe-se, também, a explorar a intermedialidade existente entre o cinema e as novas mídias, tendo como base os estudos desenvolvidos por Arlindo Machado e Denise Azevedo Duarte Guimarães.

**Palavras-chave:** Ir ao cinema. Novas tecnologias. Novas mídias. Intermidialidade.

### Introdução

Desde a invenção do cinema, há mais de um século, o hábito de assistir filmes vem se popularizando. Com o passar do tempo, dentre outros fatores, o surgimento de novas tecnologias modificou a maneira de se consumir e produzir cinema, fazendo com que este, ainda hoje, enfrente um momento de transição.

Algumas décadas atrás, o ato de ir ao cinema era um acontecimento, um evento, uma imersão a um mundo mágico, que só poderia ser apreciado no próprio cinema. As salas de exibição eram locais grandiosos, muitas com capacidade para mais de mil pessoas, os chamados Cinemas de Rua. Quando o filme iniciava, o público sabia que um grande espetáculo seria apresentado.

Porém, essa relação foi se alterando conforme foram surgindo novas opções de acesso aos filmes. Com a invenção de equipamentos como a televisão, o videocassete, o DVD, o *Blu-ray* e a internet, os cinemas deixaram de ser a única forma de apreciação das produções audiovisuais, fazendo com que a cada mudança tecnológica houvesse um

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens, da Universidade Tuiuti do Paraná.

crescimento no consumo fílmico privado e uma diminuição no “consumo cinematográfico”.

Contudo, não se pode condenar tais produtos como únicos responsáveis pela queda no movimento das salas de cinema. Tal fato se deve a um conjunto de vários fatores que serão discutidos adiante. Além disso, as novas mídias permitiram uma democratização da obra audiovisual.

Dado o exposto, este artigo pretende analisar como a criação de alguns produtos tecnológicos influenciou o modo de ir ao cinema, fazendo um breve histórico de cada surgimento e suas implicações, além de tecer considerações sobre essa crescente intermedialidade (compreendida aqui como o processo de interação entre mídias) da linguagem do cinema com as novas mídias.

### **Os cinemas de rua**

Há algumas décadas atrás, por volta de 1970, ir aos cinemas era uma atividade bastante comum na rotina dos brasileiros. Muitos frequentavam as salas de exibição cerca de duas ou três vezes por semana. Todavia, em inúmeros aspectos, a situação era bastante distinta.

A primeira mudança drástica que difere os cinemas antigos dos atuais refere-se ao próprio ambiente, às salas de exibição. Antes, os cinemas de rua eram construções com uma arquitetura particular, com charme e elegância, local agradável com uma única sala de grande capacidade em sua maioria. A exemplo da época, pode-se citar o Cine Marabá, na Cinelândia Paulista, inaugurado em 1944, capaz de atender 1655 espectadores.

Outra característica marcante desse tipo de cinema é a socialização entre seu público. Como as portas do cinema dão para a calçada, conforme assinala Raquel Rolnik, “estes cinemas fazem parte do ethos cultural das cidades e bairros, são pontos de encontro, rituais de escape, divertimento, sonho e reflexão que extravasam das salas para as calçadas ao redor.” (ROLNIK, 2012)

É também importante mencionar o custo das entradas de cinema é outro ponto que deve ser discutido. Atualmente, o preço dos ingressos de muitos cinemas é bastante elevado, principalmente aqueles que oferecem a exibição em 3D. Tal fator acabou elitizando um pouco o ato de ir ao cinema. Nas décadas de 1970 e 1980, por exemplo,

os preços eram mais acessíveis, além disso, era permitido ao espectador permanecer dentro da sala após o término do filme, caso ele desejasse assistir novamente a sessão.

Igualmente, cabe citar a magia oferecida pela obra cinematográfica. Houve uma época em que quando as luzes se apagavam, as pessoas se arrepiavam. Hoje, o que se assemelha a essa sensação são as sessões de pré-estreia de alguns filmes, que apresentam uma vibração similar. Torna-se oportuno ressaltar também que, nos dias atuais, o cinema não tem mais aquele sentido de urgência, de novidade, tendo em vista que em poucas semanas o filme estará disponível em DVD e nas televisões por assinatura. Isso sem mencionar o imediatismo da internet.

Essas são apenas algumas das diferenças existentes entre os cinemas de rua e os atuais multiplex e cinemas de shopping centers. Certamente, os que puderam prestigiar a exibição de filmes nas vastas salas, notam uma gama de elementos divergentes, que talvez nunca possam ser totalmente compreendidos por quem não teve esse privilégio. No presente, é inegável a extinção dos cinemas de rua, salvo alguns poucos projetos de restauração de algumas salas, em especial, no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Essa ascensão dos cinemas com várias salas se deve a inúmeros fatores. Primeiro, convém evidenciar a desertificação das ruas no meio urbano, marcadas, principalmente, pela facilidade de aquisição de automóveis e pela crescente criminalidade, sobretudo, nas grandes metrópoles. De acordo com Nabil Bonduki (2011):

[...] a crescente organização das cidades em unidades autárquicas com acesso por meio de automóveis, cercadas e vigiadas, como condomínios fechados, hipermercados e shopping centers, tem levado a um processo de abandono das ruas como espaço público e de decadência do seu comércio e lazer, vitais para a cidade e para a qualidade de vida urbana.

Vale ressaltar, também, o caráter autoral das obras apresentadas em muitos dos cinemas de rua que ainda sobrevivem. “Os que resistem exibem filmes do chamado circuito de arte, alternativos à hegemonia hollywoodiana na distribuição” (BONDUKI, 2011). A esse fato, Herculano (2011), faz o seguinte comentário:

O modelo de negócios dos cinemas de rua, mais focados em longas de arte, também apresenta fragilidade do ponto de vista financeiro – ainda mais

quando se considera a programação dos multiplex, feita basicamente de blockbusters.

Soma-se a essas questões o aumento da produção cinematográfica em todo o mundo. No passado, o número de diretores e, conseqüentemente, de produção era muito menor. Hoje, o cinema passou a ser visto como um produto, produzido em escala industrial, especialmente pelos Estados Unidos, visto que a indústria do entretenimento é uma das maiores exportadoras do país. Assim, há mais filmes disputando por espaço.

Diante dessa situação, são evidentes as diferenças no ato de ir ao cinema. Antigamente, as pessoas frequentavam as salas de exibição com o intuito de contemplar o filme. Nesse momento, para muitos espectadores, ir ao cinema virou um acessório, pois ele faz parte de um pacote. Muitas vezes, as pessoas vão ao shopping fazer compras, almoçar, e, se sobrar tempo, vão ao cinema. A respeito, Gabriele Tschá e Roberta Silva (2009, p. 6), sustentam que a entrada dos multiplex no país trouxe “um novo conceito à atividade de ir ao cinema. Agora, não se tratava mais de assistir um filme, mas de aproveitar um momento de lazer”

Diante disso, muitos perguntam se o cinema está morrendo. Frente a este questionamento, Arlindo Machado (2008, p. 210), se posiciona da seguinte forma: “Diríamos que um certo conceito de cinema sim. Bastante sintomático dessa sensação de fim é o atual surto de filmes que exploram justamente a nostalgia de um tempo em que o cinema era um ritual coletivo, uma celebração mítica e um espelho do mundo.” Dessa forma, acredita-se que uma determinada técnica de se fazer cinema esteja realmente desaparecendo. Hoje, a experiência do cinema como um todo (produção, exibição, recepção) é diferente. Todavia, isso já era esperado, pois o cinema, como as demais artes, vai se reinventando, conforme a sociedade na qual ele está inserido se modifica.

### **O surgimento de novas tecnologias**

Conforme a sociedade foi evoluindo, novas formas de exibição de filmes foram sendo desenvolvidas. E a cada mudança tecnológica um novo impacto sobre o cinema. É evidente que há uma gama de equipamentos que foram e continuam sendo criados para aperfeiçoar a apresentação audiovisual, assim, os produtos que aqui serão

apresentados não esgotam a categoria. No entanto, acredita-se que os pontos analisados serão suficientes para traçar alguns esclarecimentos sobre o tema e validar este estudo. Além disso, a intenção não é, e nem poderia ser, fechar as discussões acerca de um assunto que ainda está em progressiva transformação. Desse modo, serão analisadas as seguintes mídias: televisão, videocassete, DVD, *Blu-ray* e internet.

É importante destacar que as informações apresentadas a seguir têm a intenção de abordar as influências que o surgimento dessas tecnologias causou no ato de ir ao cinema, e não de fazer um levantamento puramente histórico da criação dos mesmos.

## **Televisão**

No Brasil, a televisão foi inaugurada em 1950, com exibição realizada pela TV Tupi. A nova tecnologia foi trazida por Assis Chateaubriand e transformou o país no quarto a ter uma emissora de televisão.

Desde seu surgimento, a televisão passou por várias etapas até se tornar um dos produtos mais populares nas casas dos brasileiros. Assim, os primeiros abalos já puderam ser sentidos nos cinemas do país. O que mais atraía nos televisores era a possibilidade de consumir o produto audiovisual no aconchego do lar e, ao mesmo tempo, desenvolver outras atividades.

Antigamente, antes da criação da televisão, ir ao cinema era um ato único, cujo espetáculo não poderia ser observado em nenhum outro ambiente. Segundo Arlindo Machado (2008, p. 208), tal fato contribuiu para uma

[...] mudança no comportamento das populações urbanas e que consiste na perda do hábito de sair de casa assistir a espetáculos públicos, em troca do consumo privado de produtos culturais tais como o livro, o disco, o cassete e sobretudo o rádio e a televisão.

Apesar dessa comodidade oferecida pela televisão, os aparelhos ainda eram em preto e branco, dando uma grande vantagem às salas de exibição. Porém, em 1972, foi feita a primeira transmissão oficial em cores no Brasil. A responsável pela inovação foi a TV Difusora de Porto Alegre, na inauguração da Festa da Uva, em Caxias do Sul. A partir de então, a televisão começou a se consolidar como o principal veículo da época: “tornou-se cada vez mais difícil atrair o público brasileiro aos cinemas. A massa popular

do Brasil se tornou muito mais atraída pela televisão, uma novidade mais prática e barata que o cinema” (TSCHÁ e SILVA, 2009, p. 5)

A seguir, na década de 1980, houve a popularização do controle remoto sem fio, que apesar de ter sido inventado em 1956, ganhou força no mercado somente anos mais tarde. Assim, com a possibilidade de trocar de canais a todo instante sem ter que levantar-se, o consumo televisivo continuou crescendo entre os brasileiros.

Outro ponto positivo da televisão é o fato de que esta tem a possibilidade de oferecer uma programação diversificada, agradando não apenas aos admiradores de produções fílmicas. Assim, permitiu o acesso rápido e fácil a uma variedade de informações para a época.

Entretanto, mesmo com o impacto causado pelo surgimento da TV e a inegável queda em seu consumo, o cinema ainda era superior em qualidade e oferecia uma melhor ambientação aos amantes da sétima arte. Por consequência, apesar de a televisão apresentar bastante equivalência em seus elementos constitutivos, o cinema tem todo um ambiente cuidadosamente preparado agindo em seu favor. Nas salas de exibição, em meio ao silêncio e à escuridão, a tela é o único atrativo, esbanjando seu domínio e sedução de modo a conquistar a total atenção de seus visitantes. Tudo isso sem mencionar a qualidade de som e imagem apresentada nas salas de projeções.

Mas, as empresas produtoras de aparelhos televisivos continuam buscando uma adesão ainda maior do consumo privado. A partir da década de 2000, começam a surgir no mercado brasileiro as TVs de plasma, LCD e LED, com qualidade bastante elevada, além do visual moderno e prático. Dessa maneira, dado ao tamanho – muitas vezes exagerado das TVs, sendo que já foi criada a TV de 108 polegadas – e a superioridade técnica das mesmas, as pessoas passam a ter pequenas salas de cinema em suas próprias casas.

Ainda em relação a esse desejo de atrair o público para o consumo doméstico, cabe lembrar que, em 2010, começaram a ser vendidas as primeiras TVs em 3D no Brasil. Hoje, a tecnologia de alguns desses aparelhos já permite a visualização das imagens tridimensionais mesmo sem o auxílio de óculos, apesar de a qualidade ainda não ser satisfatória. Nota-se, mais uma vez, características que antes eram exclusivas do cinema sendo apropriadas pela mídia televisiva.

Mesmo sem aprofundamentos, ainda cumpre mencionar a televisão por assinatura e a televisão digital. A primeira delas utiliza-se da oferta fílmica como grande

amplificador de vendas. Como enfatiza Cândido José Mendes de Almeida (1985, p. 33), “as maiores estações de televisão por cabo nos EUA estruturaram toda a sua programação a partir da exibição de filmes novos, recém-saídos dos circuitos das salas comerciais”. Tal estratégia também se aplica ao Brasil. Já a televisão digital destaca-se, principalmente, pela interatividade proposta. Henriques e Hildebrand (2009), explicam que “quando estiver em pleno funcionamento, ela será a união entre televisão convencional (programação) e a internet (interatividade e conteúdo)”.

### **Videocassete**

Em 1975, foi criado nos Estados Unidos o primeiro videocassete. O aparelho foi lançado pela empresa Sony e o formato ficou conhecido como Betamax. Em seguida, em 1976, lançado pela Japan Victor Company (JVC), surgiu o conhecido formato *Video Home System* (VHS), que assim como seu precursor, também utilizava fitas de 1,2 polegada para gravação e reprodução de imagens. Porém, ao contrário do Betamax, que foi franqueado a pouquíssimas empresas, devido à política de exclusividade da Sony, a JVC estabeleceu parceria com inúmeras companhias, acelerando a difusão e o predomínio do VHS.

Para os brasileiros, a novidade chegou na década de 1980 e conquistou a população. “O sucesso era tão grande que, o videocassete, no Brasil, permaneceu por muitos anos como “o segundo bem mais desejado pelos consumidores”, segundo as tradicionais pesquisas realizadas pelas agências de propaganda” (TSCHÁ e SILVA, 2009).

A maior vantagem do videocassete refere-se ao controle que o produto oferece sobre a obra apresentada. Com o novo aparelho, o telespectador é capaz de escolher exatamente o que e quantas vezes quer assistir, isso sem mencionar a continuidade proposta, considerando-se a possibilidade de evitar a interferência das propagandas. Além disso, o aparelho ainda permitia a gravação de programas televisivos. A respeito, Henriques e Hildebrand (2009), declaram:

Essa é a primeira grande mudança na forma de se ver filmes e seriados. Os telespectadores passam a realizar suas próprias “edições” e, dessa forma, passaram a assistir somente aquilo que lhes interessa avançando direto a um ponto determinado da fita pré-gravada evitando intervalos comerciais. Assim,

determina-se o próprio tempo de se ver os filmes e seriados, com velocidades diferentes e possibilidades de escolha do que se ver.

Com o videocassete apareceu, também, um novo segmento no comércio do país: as videolocadoras. Com uma imensa variedade de filmes a serem oferecidos, as videolocadoras espalharam-se rapidamente por todo o território nacional. Há alguns anos atrás, na época de seu lançamento, certos filmes geravam enormes filas de espera nesses estabelecimentos, fato quase inimaginável nos dias atuais.

Convém notar que com essa nova opção de consumo fílmico, houve mais uma queda de público nos cinemas. Antes, quem deixasse de apreciar um filme nas salas de exibições, teria de esperar muito tempo para ter acesso a tais obras. Com o advento do videocassete e, conseqüentemente, das videolocadoras, poucos meses depois o filme já estava disponível para locação, possibilitando um consumo “ilimitado”.

Todavia, dessa relação entre o videocassete e as videolocadoras também resultou um ponto bastante positivo: o acesso de muitos brasileiros ao produto audiovisual, principalmente aqueles que vivem afastados dos grandes centros urbanos, considerando-se que centenas de municípios não possuem salas de cinemas.

Em virtude do grande sucesso alcançado pelo videocassete, as indústrias de tecnologia continuaram investindo em pesquisas, com a finalidade de desenvolver um dispositivo semelhante, porém, com mais opções de uso, melhor qualidade de imagem, maior capacidade de armazenamento e praticidade. Com tais aperfeiçoamentos, chegamos aos aparelhos de DVD.

## **DVD**

Com a evolução permitida diante da expansão tecnológica, o *Digital Versatile Disc* (DVD) surgiu como uma nova plataforma de exibição de filmes. Criado em 1996 no Japão, foi se espalhando gradualmente pelo mundo, sendo lançado nos Estados Unidos em 1997, seguido pela Europa, 1998, e pela Austrália, 1999. No Brasil, a inovação começou a se popularizar por volta de 2003.

DVD é a nomenclatura usada tanto para o aparelho quanto para o disco, cujo conteúdo será reproduzido. Assim, neste artigo, será utilizado DVD para se referir ao disco e aparelho de DVD ou DVD player para mencionar o equipamento.

O DVD tem a capacidade de armazenar 4.7 Gigabytes (GB) de dados. Os DVDs de dupla camada podem armazenar o dobro de informações de um DVD comum, isto é, 9,4 GB. Assim como o videocassete, o DVD também possibilita a gravação e regravação de imagens num mesmo disco. Entretanto, as semelhanças limitam-se aí, tendo em vista a superioridade técnica na qualidade de som e imagem propiciada pelos aparelhos de DVD e a maior precisão no avanço de retrocesso de cenas – opção de escolha por capítulos. Além disso, eles permitem a reprodução de CDs e alguns aparelhos trazem a função Karaokê.

Apesar disso, umas das maiores características do DVD é a opção de interatividade através da navegação que ele proporciona ao consumidor. Conforme assinalam Henriques e Hildebrand (2009), [...] “os telespectadores passaram a ter a possibilidade de interagir com seus filmes, marcando, assim, uma grande diferença da forma como o público recebe e absorve o conteúdo de um filme ou seriado”.

Mais uma vez o cinema encontra um grande concorrente, pois, além da questão da interatividade, da aproximação da qualidade técnica e plena aceitação do público – considerando-se que o DVD, “em menos de dez anos, substituiu completamente o VHS” (TSCHÁ e SILVA, 2009), o DVD passou a oferecer um atrativo não disponível nas salas de projeção, os “extras”. Como enfatizam Henriques e Hildebrand (2009):

As produtoras colocam no disco, junto com o filme, outras informações. A produção do *making of* torna-se lugar comum e o público tem acesso às imagens do processo de produção dos filmes, de alguns erros de gravação, dos clipes musicais referentes aos filmes e de outras informações curiosas que possam ter alguma relevância em relação às produções, de acordo com a opinião dos produtores.

Apesar de sua ascensão, o DVD não teve nenhuma evolução desde sua criação, e continua, até hoje, armazenando os mesmos 4,7 GB de dados. Assim, diante desse cenário em constantes transformações, atualmente, a promessa de substituição do DVD surgiu com a criação do *Blu-ray*.

### ***Blu-ray***

O *Blu-ray Disc* é a nova tecnologia que surgiu como o intuito de ser o sucessor do DVD. Assim como o DVD, tal nomenclatura designa tanto o aparelho quanto o

disco. Para Henriques e Hildebrand (2009), a principal variação do DVD para o *Blu-ray* reside na capacidade de armazenamento e na alta definição. Segundo os autores:

Ele é um disco óptico de nova geração que tem aparência semelhante ao CD e DVD, no entanto, armazena dados digitais de alta densidade e vídeos de alta definição. Sua capacidade de armazenamento é de 25 GB (camada única) e 50 GB (camada dupla) – cerca de cinco vezes a capacidade do DVD (HENRIQUES e HILDEBRAND, 2009).

O novo formato também é mais resistente que o antigo. Ao invés do tradicional laser vermelho, ele é gravado e reproduzido com laser azul-violeta, que devido a especificações técnicas, proporciona melhor qualidade. Além disso, o *Blu-ray* ainda apresenta “um substrato protetor que protege o disco contra arranhões e impressões digitais – motivos de falhas de leituras nos CDs e DVDs” (HENRIQUES e HILDEBRAND, 2009). Encontram-se disponíveis também as versões graváveis e regraváveis.

Semelhante ao que ocorreu na época do surgimento do Videocassete, aconteceu, de forma menos intensa, a competição ente os formatos *Blu-ray* e *High Density Digital Versatile Disc* (HD-DVD). Lançados respectivamente pela Sony e pela Toshiba, “o *Blu-ray* ganhou a disputa, por ganhar maior apoio, principalmente dos grandes estúdios cinematográficos” (HENRIQUES e HILDEBRAND, 2009).

Diante de tamanha qualidade – que pode ser superior há algumas salas de cinema que se encontram em situação precária – Henriques e Hildebrand (2009), acreditam que “estas experiências das salas de cinema estão cada vez mais próximas de serem vivenciadas em nossas casas”.

Porém, apesar dos benefícios apresentados, o *Blu-ray* está longe de alcançar o sucesso conquistado pelo DVD. Existem algumas razões para essa “resistência” quanto ao novo produto. Primeiro, há um excesso de proteção que envolve a tecnologia. Não se pode negar, também, o fato de que esses elementos anticópias podem encarecer o produto. É impreterível salientar, ainda, que as conexões à internet estão cada vez mais rápidas, de modo a possibilitar a disponibilização de conteúdos em alta definição para *download*. Em se tratando de alta definição, cumpre ressaltar que os serviços de TV por assinatura também estão oferecendo conteúdos neste formato, principalmente nos países desenvolvidos. Além disso, é importante lembrar que, conforme afirma Machado (2008, p. 217):

[...] não há de fato uma demanda concreta de maior resolução de imagem dentro do universo da televisão: o que o público pede, em geral, é melhor qualidade de programas e maior quantidade de opções, mas não necessariamente mais linhas de resolução.

Diante desse quadro, ainda não se pode afirmar qual será o destino deste novo produto, nem afirmar com precisão quais as implicações que o mesmo trará ao ato de ir ao cinema. Porém, nota-se o constante surgimento e aperfeiçoamento de tecnologias que visam o consumo fílmico privado que, de maneira discreta ou acentuada, influenciam o público no ato de ir ao cinema.

### **Internet**

A internet foi criada durante a Guerra fria, com objetivos militares – manter o contato caso ataques inimigos destruíssem os convencionais meios de comunicação. Nas décadas de 1970 e 1980 também passou a ser usada por professores e estudantes no meio acadêmico. Porém, foi somente na década de 1990 que este novo meio de comunicação ganhou força, alcançando a população geral.

Essa década ficou conhecida pela expansão da internet. Com o propósito de facilitar a navegação, criaram-se os navegadores tais como o Internet Explorer e o Netscape Navigator. Também surgiram os provedores de acesso e portais de serviços online que auxiliaram no acelerado desenvolvimento da internet. Assim, ela passou a ser utilizada com inúmeras e variadas finalidades: estudos, diversão, busca de empregos, compras, entre outras.

Atualmente, a internet conquistou um espaço antes inimaginável. Com os avanços tecnológicos que a tornaram cada vez mais rápida e eficaz, ela se disseminou por todo o mundo, sendo indispensável em muitos segmentos. A exemplo, pode-se citar as grandes corporações, cujos sistemas inteiros são online.

A internet talvez seja a ameaça mais forte ao cinema nos dias atuais. Hoje, um dos muitos atrativos na rede é o fácil acesso ao produto audiovisual. Normalmente, após o lançamento nos Estados Unidos, os filmes já se encontram disponíveis para *download*, muito antes de sua estreia nas salas de cinema nacionais. Em comentário a essa questão, Henriques e Hildebrand (2009), apontam que

As pessoas disponibilizam episódios de seriados ou filmes inteiros para download, e assim, outras pessoas podem assistir aos filmes na íntegra depois de obter os arquivos digitais pela internet. [...] Assim, surgem vários websites feitos por internautas onde é possível fazer o download de filmes e seriados e assisti-los na tela do computador. (p. 6-7)

Com isso, não apenas o cinema é afetado, mas, também, e talvez com maior impacto, as videolocadoras. Como os filmes encontrados na internet possuem, muitas vezes, a mesma qualidade daqueles oferecidos em DVD, a locação de tal produto diminuiu consideravelmente. Inúmeras videolocadoras, principalmente as mais modestas, conhecidas como “locadoras de bairro”, já fecharam suas portas.

Acrescente-se, ainda, o fato de que muitas pessoas fazem o download do filme e gravam em DVD para vendê-los a preços insignificantes, impossibilitando a concorrência com as videolocadoras. Por esta razão, muitos desses estabelecimentos passaram a ofertar outros serviços em conjunto com a locação – venda de alimentos, roupas, o próprio acesso à internet (*lan house*), etc.

“A partir desse momento, as imagens não se restringem mais às salas de cinema, passam a fazer parte do cotidiano das pessoas” (HENRIQUES e HILDEBRAND, 2009). No entanto, não somente ao fácil acesso à obra fílmica que a internet pode ter interferido no ato de ir ao cinema, mas, pelo próprio fato de oferecer inúmeras outras formas de interação e entretenimento, até então desconhecidas, que disputam a atenção do público.

### **A relação entre cinema e novas mídias**

Primeiramente, é preciso conceituar o termo “novas mídias”. Segundo Lev Manovich (2005, p. 27), “novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição”. Assim, nota-se que o videocassete e a televisão tradicional não podem ser considerados como novas mídias. Todavia, sua análise foi essencial para se falar de seus sucessores, o DVD e a televisão digital, além de serem tecnologias que causaram grandes alterações na sociedade da época.

Neste momento, ao contrário do que foi discutido até aqui, serão abordados os aspectos positivos das novas mídias em relação ao cinema, considerando que elas exerceram influência não apenas no ato de ir a uma sala de exibição, mas, também, no processo de produção destes filmes. Hoje, os indivíduos estão acostumados à agitação

do dia-a-dia, às múltiplas leituras e atividades, à interação com diferentes plataformas. “A convivência diária com a televisão e os meios eletrônicos em geral tem mudado substancialmente a maneira como o espectador se relaciona com as imagens técnicas e isso tem consequências diretas na abordagem do cinema” (MACHADO, 2008, p. 209). Assim, a hibridização das novas mídias com o cinema foi fundamental para uma renovação de sua linguagem. De acordo com Arlindo Machado (2008, p. 215):

A situação atual da indústria do audiovisual está marcada pelo hibridismo das alternativas. O cinema lentamente se torna eletrônico, mas, ao mesmo tempo, o vídeo e a televisão também se deixam contaminar pela tradição de qualidade que o cinema traz consigo ao ser absorvido. (p. 215)

Desta forma, com as demais tecnologias crescendo em qualidade, o cinema precisou encontrar outras alternativas para conquistar o espectador. A respeito disso, o que se tem notado recentemente em alguns filmes é justamente essa intermedialidade que a obra fílmica estabelece com as novas mídias, de modo que o cinema empresta “sua substância às novas tecnologias da imagem, ao mesmo tempo que delas se apropria” (ARAÚJO, 2008, p. 54).

Em consonância, Machado (2008, p. 215), afirma:

Muitos filmes produzidos nos últimos anos chegam a dar evidência estrutural a esse hibridismo fundamental do audiovisual contemporâneo, na medida e que mesclam formatos e suportes, tirando partido da diferença de texturas entre imagens de natureza fotoquímica e imagens eletrônicas.

O próprio autor acrescenta:

Assim, fica cada vez mais difícil falar em cinema *stricto sensu* ou mesmo em vídeo *stricto sensu*, quando os meios se imbricam uns nos outros e se influenciam mutuamente, a ponto de, muitas vezes, tornar-se impossível classificar um trabalho em categorias como cinema, vídeo, televisão, computação gráfica ou seja lá o que for. (MACHADO, 2008, p. 216)

Um exemplo bastante claro dessa hibridização são as produções de Peter Greenaway. Sobre seus filmes, Denise Guimarães (2005, p. 14), traz a seguinte explicação:

Ao transpor para a película todo o leque de possibilidades que as tecnologias digitais de alta definição, conjugadas com a informática, oferecem, o filme acaba marcando a história do cinema e enriquecendo-a. No momento em que utiliza novas ferramentas em sua poética cinematográfica, modificando a estrutura visual interna, elaborando novas estruturas sígnicas e se apropriando

de outras artes, o diretor cria uma linguagem fílmica híbrida e inovadora, muito próxima da videoarte em termos de processos e de efeitos estéticos.

Em relação a outros diretores criativos semelhantes à Greenaway, como Salvatores, Lynch e Jeunet, a pesquisadora faz o seguinte apontamento sobre suas obras:

[...] por força dos mecanismos de mediação tecnológica, cada filme torna-se uma teia de articulações sintáticas, formada por associações e superposições de imagens, por janelas que se abrem, se opõem e se entrecruzam. Jogos criativos de edição eletrônica permitem a montagem meticulosa de cadeias de significantes estéticos, num efeito caleidoscópico sedutor e instigante. (GUIMARÃES, 2005, p. 16)

Diante de tais citações, pode-se notar as transformações que as tecnologias digitais permitem realizar na linguagem do cinema, de modo a oferecer aos espectadores da sétima arte novas experiências mais condizentes com seu estilo de vida atual.

Ainda referente aos benefícios das novas mídias ao cinema, vale mencionar as vantagens de divulgação que a internet tem proporcionado aos lançamentos cinematográficos. Um exemplo foi o filme *Bruxa de Blair*, que obteve grande sucesso de bilheteria. Segundo Henriques e Hildebrand (2009):

Os realizadores do filme anunciaram em sites e fóruns como sendo um documentário verídico sobre os assassinatos de três jovens por uma bruxa que assombrava a região de Burkittsville, nos Estados Unidos. A campanha foi feita de forma a despertar a curiosidade do público, que lotou aos cinemas para conhecer a história. (p. 15)

Acerca do tema em apreço, pode-se perceber que cinema e novas mídias mantêm uma relação de trocas contínuas, numa espécie de metamorfose, característica dessa sociedade desafiadora. Ao mesmo tempo em que novas tecnologias disputam espaço com o cinema, elas também colaboram para sua renovação e sobrevivência.

### **Considerações finais**

O cinema, desde o princípio, causou em seus espectadores um encanto e admiração pela produção fílmica. A partir de então, não parou de se popularizar, seja

devido à criação de novas salas de exibição ou ao surgimento de novos aparelhos de reprodução audiovisual.

Esses equipamentos, apesar de terem causado alterações nos modos de consumir o cinema, foram eles os responsáveis por permitir que uma grande camada da população tivesse acesso a essas produções artísticas. Para Tschá e Silva (2009), “[...] o surgimento de novas tecnologias e a evolução dos meios de comunicação contribuiu muito, e quase que essencialmente, para a democratização do cinema como produto de lazer, cultura e entretenimento”.

Além disso, é através das novas tecnologias digitais que o cinema vem evoluindo, reconfigurando-se em todos os sentidos. Nos dizeres de Machado (2008, p. 213), “A transformação por que passa hoje o cinema afeta todos os aspectos de sua manifestação, da elaboração da imagem aos modos de produção e distribuição, da semiose à economia”.

E essas modificações são bastante naturais, pois o cinema, como as demais artes, é “um sistema dinâmico, que reage às contingências de sua história e se transforma em conformidade com os novos desafios que lhe lança a sociedade” (MACHADO, 2008, p. 213).

Em vista dos fatos expostos, não é possível afirmar se de fato as novas mídias trouxeram mais vantagens ou desvantagens à sétima arte. Entretanto, é certo que as tecnologias estarão em constante evolução para uma melhor reprodução audiovisual, assim como acredito que o cinema, por não ser uma arte engessada, também continuará se reinventando.

## Referências

ALMEIDA, Cândido José Mendes de. **O que é vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

ARAÚJO, Denise Correa. **Imagíbrida: comunicação, imagem e hibridização**. 2008. Disponível em: <<http://www.editoraplus.org>>. Acesso em 25 mar. 2012.

BONDUKI, Nabil. **Cinemas de rua e a desertificação do espaço público de São Paulo**. 2011. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/cinemas-de-rua-e-a-desertificacao-do-espaco-publico-de-sao-paulo/>>. Acesso em 10 jun. 2012.

GUIMARÃES, Denise Azevedo Duarte. **O hibridismo do cinema contemporâneo.** Contracampo: revista do programa de pós-graduação em comunicação, Niterói. v 13, p. 7-24, 2.º semestre 2005.

HENRIQUES, Cintia; HILDEBRAND, Hermes Renato. **Do Videocassete ao Blu-ray: as mudanças na forma de ver filmes e seriados.** 2009. Disponível em: [http://www.cintiahenriques.com.br/textos/relatorio\\_final\\_cintia\\_final.pdf](http://www.cintiahenriques.com.br/textos/relatorio_final_cintia_final.pdf). Acesso em 05 jun. 2012.

HERCULANO, Mônica. **Cinema de rua atravessa crise em todo o país.** 2011. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/mercado/cinema-de-rua-atraversa-crise-em-todo-o-pais/>. Acesso em 09 jun. 2012.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** Campinas: Papyrus, 2008.

MANOVICH, Lev. **Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições.** In: LEÃO, Lúcia. O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005. p. 25-50.

ROLNIK, Raquel. **Cinemas de rua, realidade ou ficção?** 2012. Disponível em: <http://raquelrolnik.wordpress.com/2012/03/15/cinemas-de-rua-realidade-ou-ficcao/>. Acesso em: 10 jun. 2012

SILVA, Roberta Del Vechio de Oliveira; TSCHÁ, Gabriele. **Cinema em cena: múltiplas possibilidades de consumo de um filme.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 5, 2009. Blumenau. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0973-1.pdf>. Acesso em 05 jun. 2012.