

## AS NOVAS FORMAS DE VER CINEMA: DO GRANDE AOS PEQUENOS ECRÃS

**Jaime Neves**

Universidade Católica Portuguesa (Portugal)

Nos últimos anos o processo de produção cinematográfica tem vindo a pautar-se por um sem número de alterações fortemente impulsionadas pelo advento da tecnologia digital. O ato de fazer cinema tem vindo a democratizar-se por se revelar cada vez mais acessível e imediato.

Mas a revolução do digital não tem só produzido alterações no ato de fazer cinema. O digital tem vindo também a alterar hábitos de consumo cinematográfico. O grande ecrã da clássica escura sala de cinema tem vindo a perder algum protagonismo. O consumo de cinema tem vindo a perder características de socialização e apresenta-se crescentemente como um ato individualizante.

Ao longo deste trabalho pretende-se refletir sobre as grandes cambiantes tecnológicas que ao longo dos anos transfiguraram o cinema quer ao nível da sua produção, quer ao nível, sobretudo, do seu consumo. Procura-se entender o papel desempenhado pela tecnologia digital nas grandes mutações do cinema e, de igual forma, encontrar respostas para as principais motivações que levam cada vez mais consumidores de cinema a alterar hábitos de consumo e a preferir de forma crescente os pequenos e individualizantes ecrãs em detrimento ao clássico e, durante muitos anos, exclusivo grande ecrã da sala de cinema.

Para a escrita deste trabalho será levada a cabo uma metodologia fortemente assente numa revisão da literatura científica até agora produzida relativa à temática proposta. De igual forma, analisam-se nas mais diversas perspetivas, os dados atualmente disponíveis, quer relativos ao consumo de cinema em sala, quer relativos ao consumo cinematográfico por via das cada vez mais variadas plataformas de *streaming*.

Conclui-se que o cinema é agora cada vez mais consumido no conforto dos lares e em ecrãs cada vez mais pequenos. Os ecrãs dos smartphones e tablets parecem cada vez mais ser alvo da preferência dos novos consumidores de cinema para o visionamento de filmes. Esta é uma consequência, por exemplo, do comodismo dos novos públicos e, sobretudo, das agressivas campanhas comerciais levadas a cabo pelas plataformas de *streaming* que se têm demonstrado bastante eficazes na angariação de novos consumidores que, tendencialmente e de forma gradualmente crescente, parecem motivados a abandonar a clássica sala escura. Mas não estamos na iminência do fim do cinema. Tal como sempre aconteceu ao longo da história, mais uma vez, o cinema tende a adaptar-se a uma nova realidade.

**Palavras-chave:** Cinema - Ecrã - Tecnologia - Plataformas de *streaming* - Consumidor de Cinema