
Impactos da Pandemia de Covid-19 no Cinema e Audiovisual¹

Débora ROSENENTE²

Aline VAZ³

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

A presente investigação se trata de um recorte da pesquisa de mestrado em construção que apresentará os impactos sofridos no cinema e no audiovisual durante a pandemia de Covid-19. Mostrará o impacto nas salas de cinema e como os telespectadores mudaram seus hábitos de consumo das mídias, o aumento dos canais de streamings e como estes canais passaram a ser suporte para as produções. A investigação terá como base a pesquisa exploratória, informações serão colhidas em bibliografias especializadas e também contará com uma pesquisa quantitativo-qualitativa online para entender o novo consumo de mídia da população. Com todas as mudanças que o mundo sofreu desde o início da pandemia muitas práticas do mercado foram alteradas e isto trará mudanças para o mercado e para o público, nesta pesquisa algumas dessas mudanças serão demonstradas.

PALAVRAS-CHAVE: audiovisual; mudanças; pandemia; Covid-19; cinema.

O mercado audiovisual e o cinema vêm sofrendo mudanças constantes ao longo dos anos em seu formato de gravações, equipes de produção e até mesmo formatos de exibição. Para compreender as mudanças no consumo de mídia dos espectadores é necessário entender as alterações sofridas nas produções e suas plataformas de exibição durante a pandemia de Covid-19.

Grandes Premiações

A rotina da categoria mudou e foi afetada neste período. Não somente na produção, mas também na forma como as produções são consumidas pelos espectadores, impactando até famosas premiações do cinema.

O *Emmy Awards*, principal premiação da TV, precisou se adaptar e a fez de maneira virtual no ano de 2020. Como Sousa (2020) escreveu, a indicação das séries não foi afetada "já que a janela de indicações considerava produções lançadas até maio deste

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023..

² Mestranda do GPCOM da Universidade Tuiuti do Paraná, e-mail: deh.rosenente@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do GPCOM da Universidade Tuiuti do Paraná, email: alinevaz900@gmail.com

ano, então a maioria delas ou já tinha sido exibida na TV, ou estava com os episódios garantidos". O que permitiu maior adaptabilidade no formato de apresentação do prêmio.

Outra premiação que sofreu grande impacto em 2020 foi o *European Film Awards*. Foi realizada em dezembro de 2020, no edifício *Futurium*, em Berlim, com algumas pessoas apresentando os prêmios, e os vencedores sendo parabenizados *online*.

O famoso *Festival de Cannes*, foi um dos mais afetados no ano de 2020, tendo cancelado sua premiação, até mesmo a *online*, e em 2021 adiou a data de maio para julho, por precauções de novo aumento de casos de Covid-19 na França.

Já a maior e mais conhecida premiação do mundo, o *Oscar*, também teve que rever seu formato. Além do adiamento da premiação de fevereiro para abril de 2021, outra grande mudança na premiação foi a data dos filmes nomeados, com os cinemas fechados e as estreias adiadas indefinidamente, a Academia aumentou os prazos para os filmes poderem 'estrear', passando de 01 de janeiro a 31 de dezembro para 01 de janeiro de 2020 a 28 de fevereiro de 2021, afinal o ano de 2020 foi bastante conturbado para a indústria cinematográfica. No ano de 2021 a premiação foi tanto presencial quanto virtual.

A maior mudança de todas foi a admissão dos filmes, que antes só podiam ser qualificados se fossem exibidos por pelo menos sete dias nos cinemas do condado de Los Angeles, com sessões pelo menos três vezes por dia, como aponta Santos (2021). Com os cinemas americanos a quase 1 ano sem funcionamento, esta regra se tornou inviável para a academia, que precisou alterar a dinâmica dos indicados. Sendo assim filmes que não foram lançados inicialmente em salas de cinema, mas sim diretamente em *streamings* e vídeos *on demand*, ou até mesmo em *drive-ins* puderam ser indicados aos prêmios. A única exigência era o lançamento também no sistema exclusivo do Oscar dentro de 60 dias do seu lançamento oficial. Esta mudança ocorreu depois de 92 edições e até o momento é exclusiva para o evento de 2021 e 2022, por conta do fechamento dos cinemas em Los Angeles (HENRIQUE, 2021). Com esta mudança quem saiu ganhando foi a plataforma Netflix, que foi indicada em mais de 30 categorias. Em 2023 a premiação "reafirma a forte presença dos serviços de streaming entre os selecionados para concorrer às estatuetas." (MOURA, 2023).

O Brasil não ficou de fora dos festivais em 2020, alguns dos destaques de festivais online foram: o *É tudo Verdade*, que exibiu gratuitamente 61 documentários; o Festival de curtas *Kinoforum*, que além de promover filmes produzidos durante a pandemia teve mais 212 filmes em seu repertório; o *Festival Ecrã* trouxe as experimentações visuais para

a sua quarta edição; e um dos principais festivais do país, a *Mostra Internacional de Cinema de São Paulo* apresentou 198 obras durante duas semanas de exibição (TELES, 2020).

A pandemia de Covid-19 trouxe à tona muitas discussões no setor audiovisual e suas premiações, elas tiveram que se adaptar e trazer temas ainda pouco discutidos ou muitas vezes ignorados para que pudessem sobreviver e com isso criaram novas formas de socializar a produção cinematográfica. A pandemia acelerou um processo já iniciado e cobrado pelo meio a muitos anos e que agora se tornou realidade.

Streaming e Cinema

As plataformas já vinham ganhando maior destaque entre os espectadores, mas o cinema ainda era o principal meio para assistir aos novos lançamentos e nem se imaginava ver grandes produções inéditas nestas plataformas, onde antes levava 3 meses para que os lançamentos fossem para o *streaming* (CARVALHO, 2021). Como discutido no tópico anterior, até mesmo as premiações do cinema só aceitavam filmes lançados inicialmente nas salas escuras do cinema e não em plataformas de *streaming*, o que movimentou tanto a indústria cinematográfica quanto os próprios espectadores, que passaram a aderir cada dia mais a estas plataformas.

Durante o ano de 2020 muitos *streamings* chegaram ao Brasil, como *Disney+* e *HBO Max*, ou se consolidaram, como o *Prime Video* e a *Globoplay*, tornando-se mais disseminados entre os consumidores. O *streaming* que mais cresceu no Brasil durante a pandemia foi o *Prime Video*, da *Amazon*, como aponta uma pesquisa da empresa *NZN Intelligence*, sendo o *streaming* que mais se aproxima da *Netflix* em termos de assinantes no Brasil (VITORIO, 2020).

A *Conviva*, empresa especializada em inteligência integrada de dados, fez uma pesquisa que apontou que em março de 2020 os serviços de *streaming* já haviam crescido 20% globalmente em comparação com os números de duas semanas anteriores, antes da expansão da pandemia. No Brasil, o *Telecine* registrou aumento de mais 500% nas horas consumidas na plataforma entre março e agosto de 2020 em comparação com o mesmo período de 2019 (AMOROSO, 2022). Já em pesquisa feita pelo *Hibou* (2022), empresa especializada em pesquisa e monitoramento de mercado e consumo, foi demonstrado que "Hoje, o serviço faz parte da rotina de 71% dos brasileiros que afirmam serem assinantes ou já terem assinado algum serviço para assistir a filmes ou séries online.". Outro dado importante desta pesquisa é em relação a variedade de *players* existentes e o consumo de

cada um, sendo que 91% dos respondentes da pesquisa assinam ou assinaram *Netflix*, 53% *Amazon Prime Video*, 30% *Globoplay*, 26% *Disney+*, 20% *HBO MAX*, 13% *Telecine Play*, 9% *YouTube Premium*, 8% *Star+*, 6% *Paramount+* e 4% *Apple TV*. Os números demonstram que mesmo com a grande variedade temos 3 grandes players no país, sendo um deles nacional, a *Globoplay*.

A plataforma *Globoplay* foi lançada em 2015 tendo como principal objetivo modernizar a forma como o Grupo Globo distribuía seu conteúdo e não perder espaço para a internet. A princípio ela transmitia as mesmas coisas que estavam passando na TV aberta simultaneamente no aplicativo e também outras novelas e seriados da própria emissora (G1, 2015). Com o tempo foi incluindo filmes e séries produzidas por outras empresas para enriquecer o seu acervo. Outra aposta da emissora para aumentar o número de assinantes da plataforma é a produção de conteúdos exclusivos para o *streaming*, a série *Verdades Secretas 2*, foi lançada em 2021 inicialmente no aplicativo e somente um ano depois foi para a televisão aberta. Outra produção de grande repercussão é a novela *Todas as Flores*, de 2022, que foi lançada somente dentro do *Globoplay* e não vai para o canal aberto, até o momento.

Com todas estas mudanças durante o período da pandemia, os cinemas, enquanto espaço físico, também precisaram se reinventar. Na Coreia do Sul, a maior rede de cinemas *CGV*, alugou a sala para grupos de até quatro pessoas por um período de duas horas, eles utilizaram a sala para jogar vídeo game. Seguindo a mesma linha da Coreia do Sul, a Rede Americana *Malco Theatres* também alugou suas salas para os jogadores em grupos de até 20 pessoas. Já outras redes, como *AMC* e *Cinemark*, permitiram que pequenos grupos de cinéfilos aluguem salas para sessões particulares de filmes. Algumas redes em Londres mantiveram seus cafés abertos para que as pessoas pudessem continuar a comprar suas guloseimas e levá-las para casa e até mesmo iniciaram serviços de entrega (LEE, 2021). Mesmo que a renda das locações tenha sido baixa, estes eventos ajudaram as redes a não decretarem falência.

Na capital paranaense, em 2020 foram feitas diversas sessões de cinema *drive-in*. Em Curitiba, a Pedreira Paulo Leminski foi palco de diversos eventos culturais, incluindo cinema *drive-in*, que segundo o diretor da *Planeta Brasil Entretenimento*, Patrik Cornelsen, desenvolveu o projeto para "trazer de volta atrações culturais fora de casa à vida das pessoas, respeitando as principais orientações dos órgãos oficiais para diminuir a disseminação da Covid-19, entre elas evitar aglomerações em locais públicos." (XV

CURITIBA, 2020). Outro local tradicional da cidade de Curitiba a abrigar este tipo de evento foi o *Restaurante Madalosso*, em Santa Felicidade. A empresa decidiu realizar sessões com filmes antigos que esgotaram praticamente no instante em que suas vendas foram abertas e para completar no lugar da pipoca foram vendidas porções de polenta e frango frito, principais pratos do restaurante. Todo o lucro da ação foi destinado para uma campanha solidária (BEM PARANÁ, 2020).

Produções Internacionais e Nacionais

A pandemia fez com que a indústria cinematográfica precisasse se adaptar como nunca. No cenário de salas quase vazias, *Blockbusters* foram quase inviáveis de serem lançados nas salas escuras, pois as incertezas delas estarem ou não abertas eram grandes.

Uma novidade na forma de lançamento que teve diversos problemas foi o filme *'Viúva Negra'*, dirigido por Cate Shortland, com estreia em 2021, protagonizado pela atriz Scarlett Johansson. Inicialmente o filme deveria ser lançado exclusivamente nas salas de cinema em maio de 2021, assim como todos os demais filmes da franquia *Vingadores*, da *Marvel*, porém com a pandemia ele foi adiado para 9 de julho de 2021 e foi lançado simultaneamente no *Disney+*, na versão *Premier Access* por um valor adicional. Este formato também foi utilizado para outros filmes de grande visibilidade da plataforma como *'Raya e o Último Dragão'*, dirigido por Carlos López Estrada e Don Hall, que estreou em 2021 e *'Mulan'*, dirigido por Niki Caro, que teve sua estreia em 2020. (GARÓFALO, 2021). Quem não ficou nada satisfeita com esta mudança foi a protagonista do filme *Viúva Negra*, ela alegava no processo que a *Disney* havia violado o contrato ao colocar o longa estrelado por ela na plataforma de *streaming Disney +* no mesmo dia em que foi lançado nos cinemas, afinal com a estreia simultânea nos cinemas e *streaming* seu salário seria reduzido, pois era baseado em grande parte aos valores de bilheteria. Após um período de discussões eles chegaram a um acordo sobre isso, que não foi divulgado para a imprensa, mas a atriz afirma ter grandes parcerias com a empresa no futuro (PALLOTTA, 2021).

Não somente as produções já finalizadas e esperando lançamento sofreram com a pandemia, mas também as que estavam em início de gravações e até mesmo com as produções já iniciadas. Séries como *'Grey's Anatomy'* e *'This Is Us'* tiveram suas produções interrompidas no início da pandemia e ao retomarem as gravações, incluíram a doença como parte do enredo em suas novas temporadas. "Desde então vemos episódios que mostram pessoas contaminadas, internadas e também vacinações em massa."

(AMOROSO, 2022). Além de incluir a temática nas narrativas, as novas formas de convívios e as medidas de prevenção foram adotadas pelas equipes de produção, afinal todos estavam de máscara e com distanciamento social, já para as gravações.

Mas não foi só o mercado internacional que sofreu com as paralisações decorridas da pandemia, o nacional também e precisou se adaptar com ainda mais agilidade para entregar as produções diárias que os telespectadores estão acostumados.

Nos estúdios Globo, por exemplo, as gravações de suas produções inéditas foram suspensas por mais de 5 meses em 2020 e, ao retornar, aconteceram em etapas, núcleo a núcleo. Evitando assim que atores e equipes de outros núcleos se misturassem e aumentassem as aglomerações. Nos *sets* de gravação, apenas as pessoas estritamente necessárias estavam presentes (NEBLINA, 2020). Além de usar máscaras, álcool gel e fazer o exame, as cenas de beijos requereram que os atores ficassem em quarentena antes das gravações. Outra mudança foi a inserção de placas de acrílico entre os atores, retiradas na edição, tanto nas cenas de beijos quanto nas cenas com interações mais próximas.

Muitos telespectadores não gostaram da solução para as cenas, porém para garantir a segurança dos atores estas medidas foram necessárias (NA TELINHA, 2021). Para algumas cenas finais de sexo alguns atores, como Thiago Fragoso e Victoria Strada, ficaram de quarentena sozinhos em um hotel, além de realizarem testagem antes das cenas, que foram gravadas todas no mesmo dia, para garantir que ninguém seria contaminado entre uma cena e outra (NOTÍCIAS DA TV, 2021).

No caso de *Salve-se Quem Puder*, a trama foi reprisada quase em sua totalidade antes de iniciarem os novos episódios e não incluiu a temática da pandemia, já sua vizinha das 21h, *Amor de Mãe* teve uma retrospectiva de apenas duas semanas antes da retomada e optou por incorporar a pandemia a sua narrativa. A autora Manuela Dias foi resistente em inserir a doença na trama, mas acabou optando pela inclusão por entender que havia muitas oportunidades de mostrar ao mundo que não se tratava da pandemia, mas sim de como as pessoas estavam passando por isso: "A gente vai ver a Lurdes [personagem de Regina Casé] lavando as compras, vai ver as pessoas de máscara. Vamos ver os personagens se virando nessas situações. Todo mundo que conhecemos sem pandemia, vamos ver com pandemia." (G1, 2020). A equipe foi toda reduzida, além de permanecer paramentada e protegida e os personagens não tinham mais interações com outros núcleos, a menos que fosse de extrema importância.

Ainda tiveram outras produções impactadas, a novela *Nos tempos do Imperador*, que estreou no de 2021 no horário das 18h, levou 19 meses para ter suas cenas totalmente gravadas. Neste período, elas foram paralisadas duas vezes e diversas cenas regravadas para que a trama pudesse ser finalizada (VAQUER, 2021). Além disso a novela das 21h *Um Lugar ao Sol* teve sua estreia com todos os capítulos gravados, o diretor André Câmara afirmou que:

Gravamos de uma maneira nunca antes feita, com mais tempo para produzir as cenas e com acesso a um número maior de capítulos que a Lícia ia escrevendo. Foi muito instigante porque lançou muitos desafios, mas também trouxe aspectos interessantes, como o entendimento com mais profundidade do que a autora está dizendo. O público vai receber esse produto novo e é a vez dele se surpreender. O que a gente quer é que o público acredite, se entretenha e compreenda o que estamos falando. (BOURROUL, 2021)

As telenovelas não foram as únicas a serem afetadas, os programas de auditório também sofreram neste período e apenas em 2022 alguns voltaram a seus formatos originais. O dominical *Domingão do Faustão*, da *Rede Globo*, e o tradicional *Programa Silvio Santos*, do *SBT*, optaram por reprisar programas e melhores momentos. Após um período, o que tomou conta da telinha foram as plateias e convidados virtuais como no *Altas Horas*, da *Rede Globo*, e o *Programa do Porchat*, no *Multishow*.

Os produtores de conteúdo para o *Youtube* também tiveram que se adaptar com a pandemia, afinal encontros presenciais se tornaram impraticáveis. O canal *Porta dos Fundos*, o maior canal de humor do Brasil, passou a fazer diversos vídeos ironizando a pandemia e as mudanças na vida das pessoas que ela trouxe, eles fizeram festas, reuniões de trabalho e de família e até encontros todos de forma virtual, cada ator em sua casa e interpretando estes momentos do cotidiano.

Com todas as mudanças sentidas neste período a população se reinventou e passou a ter novas perspectivas de como consumir o cinema e o audiovisual.

Reinvenção de Espaços

Que a pandemia de Covid-19 trouxe diversas mudanças na indústria do cinema e do audiovisual já foi demonstrado, mas a vida da população e sua maneira de consumir a mídia foi igualmente ou ainda mais afetada. Em março de 2020 quando a *Organização Mundial da Saúde* (OMS), decretou a pandemia de Covid-19 pelo mundo, as empresas foram pegas desprevenidas e se viram obrigadas a alterar o modelo de trabalho de muitos setores. Uma pesquisa feita pela Korn Ferry, consultoria global de carreira, com 170

empresas em novembro de 2021, apontou que 85% das companhias adotaram totalmente o *home office* (SUTTO, 2022).

Neste cenário de incertezas Greimas (2017, p. 25) diz que "Todo parecer é imperfeito: oculta o ser; é a partir dele que se constroem um querer-ser e um dever-ser, o que já é um desvio do sentido. Somente o parecer, enquanto o que pode ser - a possibilidade -, é, vivível.". Portanto as mudanças de cenário demandadas pela pandemia foram vividas e mesmo que sem querer tiveram que ser. Aqui podemos pensar à moda de Greimas (p. 32), para que o momento de fratura seja efetivo entre a dimensão da cotidianidade e da não cotidianidade se observa dois movimentos opostos. Pensando no contexto pandêmico, primeiro as casas eram vistas como refúgios para as famílias, agora ela passa a ser além do refúgio o ambiente de trabalho e vivência 24h de suas vidas e é nesse ponto que a cotidianidade se quebra. Pequenas alterações diárias a princípio insignificantes marcam a mudança da isotopia na vida cotidiana das pessoas, como afirma Greimas (p. 41).

A palavra casa está ligada à definição de família, trazendo conotações de abrigo e proteção, como diz Bachelard (1989, p. 24-5) "Porque casa é o nosso canto no mundo. Ela é como se diz amiúde, o nosso primeiro universo.". Fischer (2006, p. 23 e 118) completa que "Casa é lar", é concha e raiz, que protege e aconchega" e Bachelard (1989, p. 24) ainda afirma que a casa é sinônimo de estabilidade. Durante a pandemia, elas passaram a abrigar seus moradores por muito tempo durante os dias, os cômodos se reconfiguraram, a casa tornou-se lugar de trabalho, descanso e lazer – tudo passou a ser feito neste ambiente dia após dia. O que antes supostamente era colocado como acolhedor pode em alguma medida ter se tornado opressor para alguns, depois de um tempo, um espaço de clausura máxima, uma casa-calabouço (FISCHER, 2006, p. 101 e 120), poderá ter tomado conta de alguns lares. A tendência era não sair de casa para nada, não era seguro. Na casa-calabouço (FISCHER, 2006, p. 204) isso "nos condenaria ao silêncio e ao isolamento. Homens calados, paralisados. Clausura." tornando o contato pessoal menor e as interações comunicacionais totalmente virtuais.

Na perspectiva de Greimas (2017, p. 95 e 83) o ritmo natural foi quebrado, fundindo o sujeito com o que estava fora dele, criando um novo objeto de valor com as mudanças ocorridas. Mas com o passar do tempo as pessoas foram mudando esta nova realidade, antes inimaginável, em algo cotidiano, transformando o isolamento em algo

compartilhável, dinamizado, com homens imaginativos criando uma nova realidade (Fischer, 2006, p. 204), por meio de construções sensíveis.

Para suprir a falta de contato pessoal e momentos de lazer, como ir ao cinema, os meios audiovisuais como o *streaming* e televisão vieram preencher essa lacuna. Braga (2011, p. 68) disserta sobre os meios audiovisuais:

Os meios de comunicação audiovisual são o fenômeno sócio-histórico que permitiu perceber, objetivar e problematizar os processos comunicacionais em perspectiva destacada (ou seja, deixando de ser apenas um componente de outras perspectivas e objetivos sociais e de conhecimento). Foi preciso uma presença mediática “objetivada” no espaço social para que a sociedade se perceba “conversando” consigo mesma.

Para superar a configuração do lugar de morada, durante o isolamento social, como uma casa-calabouço, os meios audiovisuais passaram a fazer parte desse “novo normal”, o público passou a consumir em casa o que antes os levava às salas escuras, trazendo uma percepção histórica do que estava acontecendo, problematizando e ao mesmo tempo distraindo os consumidores, além de manter a sua relação com interações sociais (BRAGA, 2011, p. 69).

Neste momento em que as pessoas não podiam interagir presencialmente com outras culturas e costumes, tornando a vivência em suas casas a realidade, os *streamings* trouxeram uma ruptura estética (GREIMAS, 2017, p. 46) da ida ao cinema para as suas salas do ambiente doméstico, onde os meios audiovisuais aproximaram as pessoas de outras culturas. Braga (2011, p.75) lembra que "A globalização mediática torna de certa forma co-presentes todas ou quase todas as culturas e micro-culturas no mundo."

O que é real X o que é imaginário, apresentados por Greimas (2017, p. 49), se tornam cada vez mais presentes na vida das pessoas, filmes que mostram a pandemia se misturam diariamente com a realidade que está do lado de fora das telas. E o “cinema” em casa se torna um novo formato oculto de mídia, que vem substituir, por hora o formato que muitos estavam habituados.

Ao não esquecermos que o esperado ambiente acolhedor dos lares se tornou também o ambiente caótico de trabalho, separar estes dois contextos de vida em um mesmo ambiente físico não é tarefa fácil. A convergência de mídias, discutida por Jenkins (2009), onde o conteúdo da primeira tela que seria a televisão, agora passa para a segunda tela que antes era o celular, está ainda mais difundido nos últimos anos, todas as mídias convergem para um mesmo lugar, para a informação e absorção de novos conteúdos por

seus espectadores, não se tem apenas 2 telas, mas muitas vezes 3 ou 4 ao mesmo tempo, cada uma trazendo uma nova informação. As pessoas precisaram se adaptar a essa quantidade de conteúdo e isso fez com que o ambiente de relaxamento fosse ainda mais necessário, trazendo o prazer de se distanciar da realidade (GREIMAS, 2017, p. 66) e criar um novo estado para as coisas, sendo suas salas de TV lugar de entretenimento – consumo de produções fílmicas e teledramaturgias (GREIMAS, 2017, p. 81).

Com essa reinvenção de espaços pode-se entender melhor a importância do audiovisual no contexto pandêmico vivenciado nos últimos anos pelo mundo.

Consumo de mídia

O consumo de conteúdo audiovisual mudou durante a pandemia como apresentado anteriormente. Mas para que possa se analisar dados desta mudança uma pesquisa quantitativa-qualitativa foi aplicada.

A pesquisa a seguir foi realizada por meio de questionário online e teve um total de 490 respostas. Todos os respondentes são de Curitiba e região metropolitana. O maior público respondente foram pessoas de 26 a 35 anos (320 respondentes, 65,3%), seguidos das de 36 a 45 anos (80 respondentes, 16,3%) e de 18 a 25 anos (70 pessoas, 14,3%). O público com maior incidência foi o feminino com 330 (67,3%) respondentes e o masculino com 151 (30,6%). O nível de escolaridade com maior representatividade foi o de pessoas com pós-graduação completa (170 pessoas, 34,7%), seguidos dos com graduação completa (150 pessoas, 30,6%).

A pesquisa foi iniciada com dados de consumo anteriores a pandemia de Covid-19, os respondentes foram questionados sobre seus hábitos de consumo da mídia no cinema, 420 pessoas afirmaram frequentar salas cinema antes da pandemia, sendo que 44,9% destas pessoas ia pelo menos 1 vez ao mês.

Com o início da pandemia de Covid-19 estes hábitos mudaram, pois as salas de cinema estavam fechadas. Sendo assim a amostra passou a consumir o conteúdo de diversas formas, o *streaming* foi o campeão de audiência com 410 pessoas optando por esta solução e a internet no geral vindo logo em seguida com 360 pessoas. Um dado curioso para este questionamento é que nenhum dos respondentes deixou de consumir o conteúdo.

Os canais de *streaming* já estavam presentes no cotidiano da população, sendo que apenas 14,3% dos respondentes não assinavam nenhuma plataforma, e a principal delas era a *Netflix* (83,7% - 410 pessoas). Outro dado relevante, é o fato de que muitas

peças passaram a assinar não apenas uma plataforma, mas diversas delas. A com maior incidência de novos assinantes foi a *Disney+* com 180 novos assinantes, seguida da *HBO Max* com 170 novos assinantes, sendo que a nacional *Globoplay* também teve um aumento expressivo de assinantes passando de 150 para 240 assinantes.

Apesar de muitas pessoas terem começado a assinar plataformas de *streaming* durante a pandemia, 61,2% dos respondentes afirmaram ter sentido falta da experiência que a sala escura do cinema proporciona. Os principais motivos desta reação é a falta da experiência que as salas de cinema proporcionam, um dos respondentes afirmou que a sensação se deve:

Por ser uma experiência que temos desde criança indo ao cinema, acho que deixar de ir de forma abrupta deixou saudade e aquela vontade de ir ver um filme que acabou de estreiar e você está super curioso para ver, numa tela gigante, com boa companhia e uma pipoca.

Outra resposta frequente foi o fato de "Senti falta da experiência de ir ao cinema, comprar pipoca, sentar na cadeira, ter uma tela maior, som de qualidade", além de ter uma "experiência muito melhor, tanto em som quanto imagem! Além de ser um programa que quebra a rotina". Outros respondentes trouxeram o fato da expectativa e da novidade: "Gostava de assistir aos filmes na semana de estreia. Toda a ansiedade para acompanhar antes dos spoilers haha" além de que "O cinema não é substituível com o "cinema em casa". Outra sensação estar no cinema! Outra experiência!" e "As salas de cinema trazem uma emoção maior ao assistir o filme. Sem contar o passeio, pois sair de casa é sempre bom quando vamos fazer algo que gostamos ou esperamos muito."

Com o retorno dos cinemas muitas pessoas voltaram a frequentar as salas, na pesquisa 330 pessoas afirmaram retornar, mas mesmo com o retorno muitos espectadores ainda estavam receosos. 310 pessoas afirmaram voltar a frequentar as salas apenas 6 meses depois de suas reaberturas. Além de que os resultados sobre o medo deste retorno foram muito parecidos, tendo apenas 1% de diferença entre eles, 51% disseram não ter medo e 49% ainda estava com receio mesmo após um longo período. A maior incidência de resultados sobre o medo foi sobre "Ainda sinto que não é um lugar seguro, por conta da pouca ou quase nenhuma ventilação" ou ainda "galera tossindo ainda assusta no lugar fechado". Porém para os que já voltaram a frequentar comentaram que apesar do medo tomaram medidas para evitar contaminação como "Usamos máscara e tentamos comprar lugares que não tinham sido vendidos pessoas do nosso lado" ou comentaram que "Com a vacina e o uso de máscara achei seguro."

Porém mesmo para os que retornaram às salas de cinema, a forma que frequentam agora está diferente, 340 pessoas disseram que a frequência que estão indo está diferente e que reduziu. Porém o Covid-19 não é o principal motivo para esta redução de frequência e sim pelo fato de "Reduziu, por conta dos filmes que tem lançado e também pelo aumento dos preços dos ingressos." e de ter "Menos tempo + fiquei mais seletivo em relação aos filmes que faço questão de assistir", além de que "Só vou ao cinema para ver filmes que realmente gosto, dificilmente vou para ver um que não saiba nada sobre. Então são poucos filmes no ano" e também com a maior quantidade de canais de assinatura "Passei a consumir mais conteúdo de *streaming*".

Já sobre os lançamentos de filmes direto ou simultaneamente nos canais de *streaming* a maior parte dos respondentes afirmou que "Simultaneamente é mais interessante, porque atende todos os gostos." e "Democrático, quem não gosta de ir ao cinema continua com a opção de ver em casa." e também "Acho uma ideia boa, pensando que nem todos tem condições financeira para se locomover até o cinema." e nesta mesma linha de pensamento ainda temos "Nas plataformas de streaming o cinema fica mais acessível ao público, inclusive para pessoas de baixa renda. Ir ao cinema com frequência é caro. Lançamentos apenas no cinema, elitiza o acesso. Lançamentos no *streaming* e no cinema simultaneamente dá opção para todos os públicos.", outros acreditam que mesmo que a experiência seja diferente:

O lançamento simultâneo é interessante, pois acredito que são experiências diferentes, ir ao cinema não anula o acesso ao streaming e vice-versa. Acredito que aconteça uma ampliação do público. Dessa forma, apenas o lançamento no *streaming* pode ter sido uma estratégia na pandemia, mas agora o lançamento no cinema e no *streaming* é mais profícuo, pois assim não há a anulação, mas a ampliação.

Não se pode descartar o fato de algumas pessoas preferirem a experiência da sala escura, o que pode se tomar como base as respostas anteriores que não trocam a sensação de estar neste ambiente diferenciado, como se pode observar nas seguintes respostas: "Não gostei muito. Gosto de ir no cinema e sentir a exclusividade", "Acho que o cinema traz mais emoção", "Prefiro no cinema, apesar de não estar frequentando como antes. Como disse, a experiência do cinema é muito diferente" e também o fato de que "Se for pra pagar pra assistir o lançamento, prefiro ir ao cinema." e ainda "Gosto de ter a possibilidade de escolher se vou no cinema ou não. Nem todo filme acho legal assistir no cinema, alguns são melhores em casa".

Com base nestes dados podemos concluir que as pessoas sentem falta de ir à sala escura dos cinemas, porém se adaptaram em momentos em que essa possibilidade não existia. Além de levarem em conta os altos custos para frequentar as salas de cinema comparados aos de assinar vários canais de *streaming*. Porém, apesar das dificuldades enfrentadas neste período, souberam se adaptar e estão retornando às salas escuras.

Apesar das várias possibilidades existentes atualmente para o consumo de conteúdo audiovisual, o cinema permanece sendo a principal escolha para a apreciação de grandes lançamentos para a amostra apresentada. Contudo, isso não anula a importância do *streaming* e da democratização dos lançamentos audiovisuais.

Considerações Finais

O ano de 2020 foi marcado por muitas mudanças mundiais. A pandemia de Covid-19 impactou a vida de todo o mundo, trazendo à tona novas necessidades antes inimagináveis, como por exemplo o uso de máscara em ambientes fechados e abertos. Além da necessidade de isolamento, que fez com que diversas pessoas transformassem suas casas, antes convencionadas como ambientes de repouso e convívio familiar, em escritórios e lugares de estudo.

As mudanças foram sentidas por todos os setores do audiovisual, que se adaptaram e continuam se adaptando. O mercado audiovisual é volátil e está em constante transformação, cabe aos espectadores ditarem as regras de como querem consumir a mídia. Existe espaço para todos os tipos de produções e a cada dia novos meios e formas de transmitir mensagens são criados e isso transforma este meio em algo que está em constante mudança.

Apesar de tudo o que o mundo enfrentou, o audiovisual ainda é o ponto de equilíbrio entre a realidade e a fantasia dos espectadores. Como cita Barthes (1975):

Vai-se ao cinema a partir de uma ociosidade, de uma disponibilidade, de uma vacância. Tudo se passa como se, antes mesmo de se entrar na sala, as condições clássicas da hipnose estivessem reunidas: vazio, ociosidade, despreocupação; não é diante do filme e pelo filme que se sonha; é, sem que o saibamos, antes mesmo de nos tornarmos seus espectadores.

A magia que a sala escura causa nas pessoas faz com que mesmo longe você sinta a atmosfera criada pelo encantamento do cinema e do audiovisual. Cada momento assistindo uma nova produção tira o espectador da realidade e o transporta para dentro da realidade fílmica, trazendo alento principalmente em momentos de dificuldade. Que o cinema possa se reinventar muitas outras vezes e que continue sendo ponto de equilíbrio

para os espectadores. A pandemia apenas aflorou nas pessoas o desejo e necessidade de consumir conteúdo audiovisual de qualidade e nos produtores a vontade de inovar e se renovar cada dia mais. Se espera que o mercado se encha de ânimo e que traga cada dia mais momentos de lazer e prazer aos espectadores.

REFERÊNCIAS

AMOROSO, Vitor. **O CINEMA E A PANDEMIA COVID-19**. Disponível em: <<https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/atualidades/cinema-e-a-pandemia-covid-19.htm>>. Acessado em 25/10/2022.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

BEM PARANÁ. **Restaurante Madalosso terá cinema drive-in com polenta frita**. Disponível em: <<https://www.bemparana.com.br/noticia/restaurante-madalosso-tera-cinema-drive-in-com-polenta-frita>>. Acessado em 25/10/2022.

BOURROUL, Beatriz. **Um Lugar ao Sol: Curiosidades e bastidores da novela das 9**. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/TV-e-Novelas/um-lugar-ao-sol/noticia/2021/11/um-lugar-ao-sol-curiosidades-e-bastidores-novela-das-9.html>>. Acessado em 12/03/2023.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. 1ª edição. Rio Grande do Sul: Verso e Reverso, 2011.

CARVALHO, Alexandre. **Streaming e pandemia: a tempestade perfeita que coloca os cinemas em xeque**. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/ciencia/streaming-e-pandemia-a-tempestade-perfeita-que-coloca-os-cinemas-em-xeque/>>. Acessado em 27/10/2022.

FISCHER, Sandra. **Clausura e Compartilhamento, a representação da família no cinema de Saura e de Almodóvar**. 1ª edição. São Paulo: Annablume, 2006.

G1. **'Amor de Mãe': Reta final começa nesta segunda com capítulos inéditos gravados na pandemia**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/03/15/amor-de-mae-reta-final-comeca-nesta-segunda-com-capitulos-ineditos-gravados-na-pandemia.ghtml>>. Acessado em 27/10/2022.

GARÓFALO, Nicolaos. **Viúva Negra é adiado para julho e terá lançamento simultâneo no Disney+**. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/viuva-negra-disney-plus-julho>>. Acessado em 25/10/2022.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Da Imperfeição**. 2ª edição. São Paulo: Estação das Letras, 2017.

HENRIQUE, Arthur. **Oscar 2021: como a pandemia mudou as regras da premiação**. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/04/23/cinema-e-streaming/oscar-2021-pandemia-regras/>>. Acessado em 15/09/2021.

JENKINS, Henry. Tradução ALEXANDRIA, Susana. **Cultura da Convergência**. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

LEE, Je Seung. **Sem clientes e filmes na pandemia, cinemas alugam telões para gamers.** Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-56064809>>. Acessado em 25/10/2022.

MOURA, Rayane. **Onde assistir aos filmes indicados ao Oscar 2023? Veja a lista.** Disponível em: <<https://gizmodo.uol.com.br/onde-assistir-aos-filmes-indicados-ao-oscar-2023-veja-a-lista/>>. Acessado em 08/04/2023.

NEBLINA, Daniel. **Globo adota novo modelo de gravações para Salve-se Quem Puder.** Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/globo-adota-novo-modelo-de-gravacoes-para-salve-se-quem-puder>>. Acessado em 15/09/2021.

PALLOTTA, Frank. **Scarlett Johansson e Disney chegam a acordo em processo por ‘Viúva Negra’.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/scarlett-johansson-e-disney-chegam-a-acordo-em-processo-por-viuva-negra/>>. Acessado em 25/10/2022.

SANTOS, Larissa. **Oscar 2021 tem novas regras com pandemia e streaming ganha espaço; veja mudança.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/oscar-2021-tem-novas-regras-com-pandemia-e-streaming-ganha-espaco-veja-mudancas/>>. Acessado em 19/10/2022.

SOUSA, Camila. **Emmy Awards enfrenta desafio de edição virtual em 2020.** Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/emmy/tudo-sobre-o-emmy-2020-live>>. Acessado em 19/10/2022.

SUTTO, Giovanna. **85% das empresas do país adotaram o trabalho remoto na pandemia, mostra pesquisa.** Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/85-das-empresas-do-pais-adotaram-o-trabalho-remoto-na-pandemia-mostra-pesquisa/>>. Acessado em 27/10/2022.

TELES, Isabel. **Retrospectiva 2020: confira cinco festivais de cinema online que bombaram.** Disponível em: <<https://guia.folha.uol.com.br/cinema/2020/12/restrospectiva-2020-confira-5-festivais-de-cinema-online-que-bombaram.shtml>>. Acessado em 12/03/2023.

VAQUER, Gabriel. **Após 19 meses, Globo finalmente termina de gravar Nos Tempos do Imperador.** Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/apos-19-meses-globo-finalmente-termina-de-gravar-nos-tempos-do-imperador-67757>>. Acessado em 12/03/2023.

VITORIO, Tamires. **Streaming da Amazon cresce mais do que a Netflix, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/streaming-da-amazon-cresce-mais-do-que-a-netflix-diz-pesquisa/>>. Acessado em 15/09/2021.

XV Curitiba. **Pedreira Paulo Leminski terá mega sessões de cinema, shows e outros eventos no esquema 'drive-in'.** Disponível em: <<https://xvcuritiba.com.br/pedreira-paulo-leminski-tera-mega-sessoes-de-cinema-shows-e-outros-eventos-no-esquema-drive-in/>>. Acessado em 25/10/2022.