

Gêneros Cinematográficos: estudo de um objeto comunicacional

Juliana de SOUZA¹

Resumo

O propósito deste artigo é tentar mostrar o que faz do estudo dos gêneros cinematográficos um objeto da comunicação. Para o cumprimento deste objetivo é preciso, primeiramente, apresentar, com base nos estudos da área, o que é considerado como pertencente ao “campo” comunicacional. A seguir, chega-se à argumentação propriamente dita, momento em que será debatido sobre o aspecto comunicacional desta pesquisa, primeiro, em relação ao cinema em geral e, em seguida, recaindo-se sobre os estudos dos gêneros fílmicos. Ao final desta discussão, notou-se que diante de um objeto que desencadeia múltiplos processos comunicacionais e interacionais, tanto entre sujeitos quanto entre outras mídias, é notável que sua investigação seja uma investigação da área da comunicação.

Palavras-chave: Objeto comunicacional. Cinema. Gêneros cinematográficos. Processos comunicativos. Interações sociais.

Introdução

O gênero fílmico é um fator de inúmeras discussões na área do cinema e da comunicação, visto que sua delimitação e caracterização dependem das transformações que os mesmos sofrem constantemente. Assim, diante da profundidade deste objeto, este artigo pretende demonstrar porque uma pesquisa acerca deste tema é objeto da comunicação.

Em primeiro lugar, é imprescindível uma discussão em relação à área da comunicação, sua definição e seu(s) objeto(s). Não há como defender um ponto de vista em relação ao viés comunicacional de um trabalho sem, contudo, estabelecer o que é considerado como “objeto da comunicação”. Assim, é fundamental trazer à tona as constantes indagações abordadas pelos estudiosos, em especial, referente à interdisciplinaridade.

¹ Mestranda do Programa de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

Feitos esses esclarecimentos, serão expostas as razões em defesa do aspecto comunicacional da pesquisa, primeiro analisando-se o cinema de maneira mais abrangente, como meio de comunicação audiovisual. Em seguida, será feita uma argumentação mais específica, recaindo-se sobre as questões dos gêneros cinematográficos e sua relação com a comunicação.

Após esta breve introdução espera-se ter conseguido mapear de maneira concisa as etapas a serem seguidas no desenvolvimento deste artigo.

A Comunicação na atualidade

Hoje, uma das principais questões que recai sobre a comunicação refere-se ao fato de esta já ser ou não uma disciplina, um campo instituído e, por consequência, possuir um objeto definido. De acordo com Fourez (1995, p. 106), “‘O objeto de uma disciplina’ não existe, portanto antes da existência dessa própria disciplina; ele é construído por ela”.

Este desejo de definição faz parte do ser humano. Essa necessidade de nos enquadrarmos em algum segmento mostra-se bastante presente na ciência normal, que busca adequar os novos fenômenos nas teorias e disciplinas já existentes. Por esta razão, muitos elementos que não se ajustam aos paradigmas já reconhecidos, podem, muitas vezes, nem ser analisados. A exemplo, pode-se citar os estudos referentes à vida cotidiana, que passaram a ter importância apenas há algumas décadas.

Fourez (1995, p. 121), explica que “quando uma disciplina está ‘estabelecida’, fala-se de *período paradigmático*. É a época durante a qual ela tem o seu objeto construído de maneira relativamente estável, e suas técnicas são relativamente claras”. É por isso que o paradigma não estuda o cotidiano, sempre tão dinâmico e renovador, opondo-se, frequentemente a esse caráter conservador da ciência normal. Deste modo, ele prefere lidar apenas com os problemas pensados pelos especialistas.

Porém, se não houvesse um modo de contradição, não existiriam as diversas áreas do conhecimento que temos hoje. A ciência normal procura eliminar as ambiguidades e imperfeições, girando em torno do paradigma que a orienta. Desta forma, quando surge a necessidade de outra abordagem frente a um novo fenômeno, isto é, um confronto entre teorias, ocorre uma revolução científica. Esta serve para abrir novos caminhos na contínua evolução do conhecimento.

Em virtude disso, o fato de a comunicação ainda ser considerada um campo em constituição não precisa ser visto como algo negativo, mas sim, como processo enriquecedor por repassar diversos campos dos saberes. Além do mais, não esgotamos nosso objeto de estudo, fazemos um recorte, do contrário, estaríamos reduzindo-o.

Por consequência, “considera-se mais proveitoso – e mais interessante – investir no desenvolvimento de estudos sobre as práticas comunicativas do que nesse esforço de buscar uma sistematização de seus referenciais teóricos e metodológicos” (FRANÇA, 2002, p. 13).

Assim, é de grande relevância a definição de campo estabelecido feita por Gomes, (1999, p. 30):

[...] o campo da comunicação somente será corretamente estatuído quando os pesquisadores da área abrirem mão de seu exclusivismo e de sua miopia conceitual para colaborar com os diversos campos do saber a fim de aproximar-se dos campos dos processos midiáticos.

Braga e Gastaldo, (2010, p. 28), complementam:

Mais do que oferecer respostas – na forma de teoria, de exigências epistemológicas, de definição ontológica do fenômeno comunicacional –, trata-se, então, de propor programas de ação nos âmbitos dos estudos em comunicação, voltados expressamente para gerar questionamento e hipóteses.

E esses questionamentos são essenciais diante da complexidade de fenômenos abordados pela comunicação nos dias atuais. Com a retomada dos estudos sobre a vida cotidiana e os novos papéis assumidos pelos produtores e receptores, faz-se necessário uma multiplicidade de enfoques. E é aqui que se apresenta o conceito “interdisciplinaridade”.

Conforme Fausto Neto (2010, p. 59), “estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção. Estas resultam diretamente, de novas formas de organização de circulação dos discursos”. A circulação pode ser entendida como um processo comunicativo em que não há etapas separadas, produção e recepção caminham juntas, conectadas. Desta forma, o receptor é também visto como sujeito ativo e atuante, e não mais como uma vítima, facilmente manipulável. O autor ainda ressalta que

A circulação – transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em “jogos complexos” de oferta e de reconhecimento – é nomeada como dispositivo em que se realiza trabalho de negociação e de apropriação

de sentidos, regidos por divergências e, não por linearidades. (FAUSTO NETO, 2010, p. 63)

Devido a essa premissa de homogeneização diante das relações entre produtor e receptor que perdurou longos anos, a complexidade desse processo foi deixada fora de cena. Esta era percebida somente frente aos novos progressos científicos. Todavia, como enfatiza Morin (2011, p. 57), “deve-se buscar a complexidade lá onde ela parece em geral ausente, como por exemplo, na vida cotidiana”.

Como resultado, é inevitável o encontro histórico de disciplinas diversas na investigação dos fenômenos comunicacionais, visto que esses permeiam múltiplas atividades humanas e sociais, mostrando-se como objetos cada vez mais complexos. Assim, diante da ampla variedade temática e de abordagens, a interdisciplinaridade é um ponto a ser considerado em meio a essa sociedade constituída de sujeitos interlocutores que modifica-se constantemente.

Entretanto, não se deve confundir interdisciplinaridade com falta de especificidade. Apesar de a comunicação perpassar variadas dimensões da vida social, da cultura e dos saberes, ela “possui uma forma de olhar que lhe é peculiar” (BARBOSA, 2002, p. 74). Pois, como lecionam Braga e Gastaldo (2010), através da interdisciplinaridade, com a união de conhecimentos de diferentes áreas, tem-se a intenção de compreender melhor as práticas comunicativas, estas que são manifestações tão complexas:

Para ser levado a sério, o argumento interdisciplinar implicaria uma busca de aproximação, de diálogo entre os diferentes aportes – uma vez que a produtividade interdisciplinar prevê justamente a sinergia entre visões especializadas outras que – ao articularem e tensionarem mutuamente – superam assim suas zonas de cegueira parcial. Uma verdadeira interdisciplinaridade seria um processo construtor e não dispensor. (BRAGA e GASLTADO, 2010, p. 23)

Além disso, nota-se que hoje a interdisciplinaridade não se apresenta de maneira frágil e frouxa como era há alguns anos, podendo agora ser utilizada a nosso favor. Cumpre ainda lembrar que pesquisadores das mais diversas áreas estão trabalhando na construção do campo da comunicação e é esta riqueza de saberes que tem auxiliado na evolução das pesquisas na área. E “esta circunstância não representa ‘invasão’ do que seria nossa especificidade, nem que nossa área se dilua nas demais” (BRAGA, 2011, p. 71). E mais:

Desentranhar o comunicacional não corresponde a definir um “território” à parte, nem temas, objetos ou métodos que nos sejam exclusivos, mas sim

desenvolver perguntas e hipóteses *para além das que já são feitas* pelas demais CHS – que não as farão, porque isso ultrapassaria seu âmbito de interesse e as lógicas de seu campo de conhecimento (BRAGA, 2011, p. 72).

Apesar da autêntica contribuição das demais áreas do conhecimento, é preciso saber distinguir “teorias sobre comunicação” de “teorias da comunicação”, sendo que as primeiras não nos pertencem, são elas teorias derivadas de outras disciplinas acerca de processos comunicativos. Assim, faz-se necessário reconhecer a diversidade e verificar onde suas reflexões se cruzam com os estudos comunicacionais, de modo a absorver somente aquilo que ela tem de relevante para que não haja uma dispersão e empobrecimento do “campo”.

Ainda em relação à interdisciplinaridade, outro fator a ser analisado refere-se à tentativa de criação de uma única teoria capaz de abranger todos os processos da área da comunicação. Hoje, a dispersão encontrada é evidente, de modo que uma “teoria geral” não conseguiria abarcar todos os âmbitos de ocorrência, favorecendo, assim, algum ângulo específico. Conforme Braga e Gastaldo, (2010, p. 35), “diante da proliferação e da dispersão atuais, qualquer teoria (por mais que tivesse a pretensão de abrangência) não conseguiria sequer ser percebida como ‘caracterizadora’ do campo, mas sim como proposta para setor específico”.

Deste modo, acaba vigorando um reducionismo, marcado por preferências normalmente de ordem pessoal ou de um grupo, que representam não a área comunicacional como um todo, mas subáreas possíveis. Porém, seu oposto – a não identificação de objetos que representem a área – também pode ser prejudicial: “A comunicação, espalhando-se como objeto por todas as áreas, estando em todas as pautas, não está em nenhum lugar” (BRAGA, 2001, p. 65). Portanto, é fundamental que se encontre um equilíbrio, uma harmonia entre essa dispersão do objeto e sua possível restrição / setorialização, tendo em vista o crescimento e aprimoramento das pesquisas em comunicação.

Uma tendência bastante comum foi a de minorar os objetos da área aos meios de comunicação. Sem dúvida que estes se enquadram entre os estudos comunicacionais. É fato que “uma importante parte (em quantidade e relevância) do que se comunica na sociedade contemporânea ocorre através dos meios de comunicação.” (BRAGA, 2011, p. 68-69). Todavia, seria uma atividade excludente não reconhecer os inúmeros outros processos comunicativos presentes em nossa sociedade. De acordo com França, (2002, p. 16):

Fechar o objeto da comunicação no campo das mídias é uma operação redutora, pois exclui as inúmeras práticas comunicativas que edificam e marcam a vida social e não passam pelo terreno das mediações tecnológicas (por exemplo, o rumor, as relações de vizinhança e suas formas comunicativas, os teatros ou as encenações urbanas, entre outras).

Em comentário a essa questão, José Luiz Braga, (2011, p. 65), manifesta-se da seguinte maneira:

Mesmo quando reunimos múltiplos ângulos pelos quais os MCS se manifestam, fica uma certa sensação de que outros processos sociais, que não comparecem em relação de contiguidade imediata com a mídia, estariam nos escapando à observação e portanto ao trabalho do conhecimento.

No entanto, essa centralidade da mídia não deve ser vista somente como uma forma de restrição, pois, foram os meios de comunicação que, em muitos casos, possibilitaram a visibilidade de outros fenômenos comunicativos. Ademais, hoje, as pesquisas em comunicação estão contemplando cada vez mais os modos de interação entre os indivíduos, de circulação das informações, considerando-se que, como preleciona França (2002, p. 27), o processo comunicativo é “algo vivo, dinâmico, instituidor – instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura”.

Assim, diante desta fervorosa discussão sobre a constituição do campo da comunicação e a definição de seus objetos, acredita-se que a fala de dois pesquisadores sejam essenciais para apresentar uma posição satisfatória:

O fato de que nossa área não se feche, mas esteja atenta e busque incorporar as diferentes reflexões que pontuam o pensamento atual é fonte de permanente vitalidade. Assim, a reivindicação ou a preocupação com nossa especificidade não significa e não pode ser tomada como uma atitude de fechamento, um movimento para criar fronteiras e tornar-se impermeável às influências dos debates atuais: qualquer iniciativa nessa direção viria representar uma postura retrógrada, imobilizadora, avessa ao espírito de nossa época, que chama aos transbordamentos, às confluências, à mistura, à hibridização. (FRANÇA, 2002, p. 22-23)

José Luiz Braga (2011, p. 64), completa:

De todo modo, a questão já não se põe como há dez anos. Podemos assumir uma “disciplina” em processo de constituição – sem para isso pretender ou exigir um delineamento teórico abrangente ou positivista. Nenhuma das Ciências Humanas e Sociais que se constituíram em tais termos (objeto teorizado mais método) podem hoje se afirmar unificadas *sob esse critério*.

E mais: “Como me parece claro, hoje, que o objeto da comunicação não pode ser apreendido enquanto ‘coisas’ nem ‘temas’, mas sim como um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional” (BRAGA, 2011, p. 66)

O cinema como meio de comunicação

Em nossa sociedade, a comunicação se realiza através de diálogos verbais, da escrita, de gestos, de pinturas, sons, entre outros fatores. No cinema, pode-se encontrar várias destas formas de comunicação em um único filme. Esses elementos são utilizados para que, através de uma mensagem, a obra dialogue com o espectador e, a partir deste diálogo, desenvolva outros processos de interação comunicacional. Conforme dispõe Thiel, G. e Thiel, J. (2009, p. 14), “ver sugere observar, refletir e julgar. Quando vemos, não só captamos o que quer que seja, mas, principalmente, construímos julgamentos e ponderamos sobre o que é visto”. Pois, conforme complementam as autoras: “(...) não há texto lido, visto ou ouvido que não agregue algo ou modifique um comportamento, atitude ou crença (THIEL, G E THIEL, J., 2009, p. 80).

Todo filme traz em seu enredo uma mensagem que é transmitida através da adequada combinação dos elementos que compõem a linguagem cinematográfica. As novas técnicas incorporadas aos elementos que surgiram neste mais de um século de cinema são fundamentais para o aperfeiçoamento desta linguagem. Dentre os vários constituintes desta linguagem, pode-se destacar os planos e enquadramentos, o som e a cor.

Os planos e enquadramentos referem-se ao posicionamento da câmera em relação aos personagens/cenários. A variação de planos (Plano Geral, Plano de Conjunto, Plano Americano, Plano Médio, Primeiro Plano, Primeiríssimo Plano e Plano de Detalhe) e enquadramentos (Altura Normal, Plongée e Contra-plongée), juntamente com os movimentos de câmera (Panorâmica, Travelling e Grua), podem modificar completamente a cena de um filme. Uma simples mudança como, por exemplo, quando a câmera filma em plano de detalhe um anel no dedo de uma pessoa, já pode comprometer a personagem, alterando a visão do público em relação ao filme.

Os enquadramentos também são utilizados para causar impressões no espectador. Por exemplo, normalmente quando uma personagem é filmada de baixo

para cima, ela é engrandecida, enaltecida, aparenta ser poderosa e até mesmo ameaçadora. Já quando o processo inverso ocorre, - quando a câmera filma de cima para baixo – a personagem é inferiorizada, parece mais vulnerável, mais frágil, etc.

Para May (1967, p. 49), o enquadramento é um dos componentes mais importantes da linguagem cinematográfica “por ser o único elemento de que um filme não pode de maneira alguma prescindir. (...) Com a escolha do enquadramento, o artista estabelece o que quer e o que não quer fazer ver, bem assim como deve ser visto aquilo que quer fazer ver”.

Outro elemento de grande significação na transmissão de mensagens é o som. Desde seu aparecimento em *O Cantor de Jazz* (1927), ele se constituiu como um fator de aproximação do filme com a realidade. Tal fato ocorreu não apenas pela introdução dos diálogos, mas por todos os outros sons comuns que nos rodeiam. O simples bater de uma porta, o choro de uma criança, o barulho de passos acelerados ou o próprio ruído da chuva são, muitas vezes, indispensáveis para que o filme alcance o efeito ideal.

Os sons, em muitos casos, aumentam a adrenalina do filme, aguçando a curiosidade do expectador para as cenas seguintes. Quem nunca se sentiu angustiado ao ouvir uma música aterrorizante antes de um assassinato? Os sons têm este poder de mexer com nossas sensações. Conforme Cunha (2005), “A música passou a fazer parte do clima direto na história, influenciando ou realçando os sentimentos que desejam ser passados”.

Com relação às cores, elas, juntamente com a iluminação, são essências para o desenvolvimento da linguagem do cinema. Porém, para que a cor realmente adquira essa importância, Setaro (2003), explica que ela deve ser “não bela, mas significativa”. Isto é, a cor deve ser entendida como um elemento funcional, que foi cuidadosamente aplicado e que possui por trás de sua beleza uma intenção para cada cena. Portanto, ela deve ser vista como um fator qualificante, que desempenha intervenções, sem as quais o filme seria diferente do que é.

Como exemplo, podemos citar as típicas cenas de filmes de terror. Nelas há a predominância de cores escuras, pouca iluminação, névoa, etc., tudo cuidadosamente escolhido para atingir o clima adequado; ou, por exemplo, os filmes de época, em que há a ausência de cores “berrantes” e que os tons de marrons e cores mais opacas se sobressaem.

Outros fatores como maquiagem, figurino e cenário também fazem parte da linguagem cinematográfica e são estes fatores determinantes para a criação de seus

personagens e panoramas. É através deles que muitos filmes adquirem a verossimilhança necessária e produzem o resultado esperado. Dessa maneira, hoje, seria difícil imaginar como alguns filmes, em especial os de cunho histórico, iriam exibir e/ou simular certos fatos sem o auxílio desses elementos.

Através de sua linguagem o cinema transmite discursos repletos de significados que podem ser interpretados de maneira coletiva ou mais pessoal. Os espectadores recebem estes discursos e através deles interagem com outros sujeitos e/ou com outras mídias. Pois, como afirma Freitas (2003, p. 24), “o cinema pode ser considerado como um meio de comunicação que estabelece uma relação complexa, podendo conter uma informação que seria composta de diferentes referenciais e que diz respeito às interações sociais”.

Na atualidade, o cinema está em contato frequente com outros meios de comunicação, difundindo-se rapidamente e gerando novas formas de interação. De acordo com Freitas (2003, p. 25):

[...] o cinema, na sua forma atual, passa a ser englobado por um continuum audiovisual e informacional, tendo os seus modos de difusão e de recepção se multiplicando nas últimas décadas. Ou seja, ao dispositivo cinematográfico original, (projeção em salas escuras) se juntaram diversas formas evolutivas do sistema midiático.

A essas formas do sistema midiático, a autora destaca, além da própria projeção cinematográfica, mais três mídias que contribuem para que a obra fílmica seja hoje, uma arte tão difundida. São elas o vídeo – através da venda e locação de DVDs e, atualmente, também de *Bluray*, além da exibição em espaços não convencionais, como celulares, aviões, museus, entre outros –; a televisão – um dos meios de comunicação mais populares entre os brasileiros, cuja programação da maioria das emissoras inclui a exibição de filmes diariamente –; e a internet – visto que com seu imediatismo, muitos filmes já se encontram disponíveis para *download*, muito antes de sua estreia nas salas de cinema nacionais.

E essa relação com outras mídias se estende para além dos meios de transmissão audiovisuais: “podemos ainda acrescentar as mídias que difundem informações sobre os filmes: revistas especializadas ou não, jornais, internet, assim como as emissões televisivas ou radiofônicas consagradas à promoção dos filmes” (FREITAS, 2003, p.26).

Além disso, há de se mencionar a comercialização que vem se desenvolvendo em torno de muitas produções cinematográficas, através da venda de jogos, roupas, brinquedos, entre outros, referentes aos principais personagens dos filmes. Essa indústria não ganharia força se o cinema não fosse capaz de dialogar e interagir com seu público, pois, como sustenta Freitas (2003, p. 23), “o cinema [...] funciona como um produto de base da sociedade contemporânea, participando da psique da comunidade, da consciência e da experiência dos indivíduos”.

Como pode-se notar, o cinema é um objeto de estudo comunicacional, não somente pelo fato de ele próprio ser um meio de comunicação, mas, também, por interagir com diferentes mídias, por colocar os sujeitos em relação e por ser este veículo narrativo capaz de desencadear em seus espectadores um emaranhado de sensações. Sensações estas que são o fundamento para muitas outras interações sociais.

Os gêneros cinematográficos

O estudo dos gêneros tem uma ligação direta com o “campo” da comunicação. Todo o contexto que circunda as pesquisas sobre o tema refere-se a questões propriamente comunicacionais. Bakhtin estabelece de maneira bastante clara essa relação entre os gêneros e a comunicação: “O gênero tem a capacidade de organizar e orientar a comunicabilidade, facilitando a compreensão mútua entre os integrantes de um determinado evento comunicativo” (BAKHTIN, 2003 apud SOUZA, 2008, p. 265)

Os gêneros, assim definidos como elementos facilitadores dos processos comunicacionais, estão intimamente conectados à cultura na qual estão inseridos. Segundo Martín-Barbero (2002, p. 65):

O gênero é um estratagema da comunicação, completamente enraizado nas diferentes culturas, por isso, geralmente, não podemos entender o sentido dos gêneros senão em termos de sua relação com as transformações culturais na história e com os movimentos sócias. Os gêneros têm muito a ver com os movimentos sociais.

Assim, cada sujeito, dependendo da cultura em que se encontra inserido, estará mais propício a compreender certos gêneros. Cada texto (inclusive o audiovisual) é um diálogo e tem a presença de seu público. Dentro do texto encontra-se quem fala e o outro para quem se fala. Assim, ao assistir um filme de um gênero que seja comum entre os indivíduos de uma comunidade, os receptores tendem a assimilar a situação

com maior presteza devido à familiaridade com esse tipo de trama. Como explica Buscombe (2005, p. 314), “Parece ser mais provável que nossa reação consciente à cena deva-se ao fato de termos assimilado essas estruturas pela exposição às tradições do gênero”.

Deste modo, o gênero é um discurso construído para a sociedade, baseado na memória social de sua época e, “como produto de um determinado contexto sócio-histórico, o gênero reflete as condições de produção do seu tempo” (FERREIRA e SILVA, 2010, p. 150).

É por esta razão que, às vezes, mesmo não pertencentes ao gênero documentário, muitos filmes são utilizados como fonte documental em pesquisas históricas, pois permitem o reconhecimento das características típicas da época. Como exemplo, pode-se mencionar o gênero chanchada no cinema brasileiro. Conforme assinalam Ferreira e Silva (2010, p. 148):

O gênero chanchada produziu arquétipos que refletiam o quadro social brasileiro [...]. A importância desse gênero é destacada [...] como reforço de uma memória coletiva que extrapola os quadros sociais históricos de seu contexto, atuando como cristalizador de uma memória social brasileira que se mantém até os dias de hoje.

A esse respeito, é importante destacar que, apesar de os gêneros revelarem traços de uma cultura, de modo a delinear suas marcas identitárias, os mesmos não podem ser vistos como totalmente previsíveis, pois, sua “codificação não é estática, porque está dentro da cultura que se movimenta em múltiplas direções” (LUZ, 2006).

Ao estabelecer essa relação com a comunidade em que está inserido, o gênero assegura um diálogo entre o produtor e o receptor da produção fílmica, de modo que a escolha do gênero determina aquilo que os espectadores esperam do filme. Em comentário a essa questão, Ferreira e Silva (2010, p. 150), acreditam que “se a percepção genérica orienta o horizonte de expectativa do receptor do texto e indica o que deve ser criado pelo produtor, há então um processo dialógico”.

Desta forma, os gêneros também servem para organizar e estruturar os filmes, influenciando, assim, diretamente no enredo. Para demonstrar de maneira mais concreta a influência do gênero nas obras que este representa, pode-se citar o exemplo de Edward Buscombe, ao falar sobre o fechamento do filme *Psicose*, lançado em 1960 e dirigido por Alfred Hitchcock:

E, no final, quando Vera Miles vai até o porão, ficamos aterrorizados, não só porque ouvimos Norman dizer que está levando sua mãe para lá (não sabemos ainda que sua mãe é um cadáver, embora suspeitemos que alguma coisa não está certa). Nossa certeza de que algo desagradável irá acontecer vem de nosso conhecimento de que, nesse tipo de filme, coisas ruins costumam acontecer em porões. (BUSCOMBE, 2005, p. 314)

Ainda referente à produção, percebe-se que apesar de os gêneros serem mais visualizados através da estrutura da história, eles também interferem na própria atuação dos atores. Segundo Buscombe, “o artista recebe do gênero um padrão formal que dirige e disciplina seu trabalho. De certo modo, isso impõe limitações. Certos temas e tratamentos terão poucas chances de sucesso se trabalhados muito fortemente contra o gênero” (BUSCOMBE, 2005, p. 314-315)

O autor também reforça que “existem filmes que são um sucesso total porque tiram sua força das tradições do gênero, muito mais do que de alguma contribuição original de seu diretor” (BUSCOMBE, 2005, p. 313). As citações aqui utilizadas mostram a indissociável relação entre os gêneros cinematográficos e os momentos de produção e recepção de uma obra fílmica.

Porém, é preciso frisar que além da produção e recepção, os gêneros permeiam outras instâncias comunicacionais que também merecem destaque, tais como o consumo, a crítica, a análise e a divulgação de um filme.

No que toca o consumo, “os gêneros servem para o espectador organizar a sua experiência cinematográfica através da identificação, discriminação e arrumação dos filmes em categorias, em função da cultura cinematográfica que vai acumulando” (NOGUEIRA, 2010, p. 7). Assim, pelo fato de um filme pertencer a um determinado gênero, o espectador já pode ter uma noção, pela similaridade com outras obras do mesmo gênero, daquilo que será exibido.

Ao que concerne à crítica, os gêneros são fundamentais no julgamento de cada obra. De acordo com os esclarecimentos de Nogueira (2010, p. 8):

É em função do afastamento ou da proximidade de uma obra em relação aos princípios canônicos de um gênero que o crítico produz o seu juízo de valor. Os gêneros permitem, portanto, algum grau de paridade na avaliação que é feita das obras, uma vez que o contraste crítico se faz segundo premissas e critérios reconhecíveis e instituídos. As convenções do gênero são, então, uma espécie de pêndulo que regula o discurso do crítico.

De maneira semelhante, os gêneros também servem de ferramenta aos estudiosos durante a análise fílmica. Ao se estudar um filme, não é possível ignorar sua

genealogia. Logo, a identificação do gênero auxiliará na interpretação e compreensão da obra apresentada.

Já no que diz respeito à divulgação, os gêneros são de grande valia em várias instâncias:

No discurso mediático – dos livros aos posters, dos trailers ao merchandising, é frequentemente em torno do gênero que se constrói a visibilidade e a notoriedade de um filme; no trabalho de programação – quer ao nível das cinematecas, quer dos cineclubes, quer das grelhas televisivas ou das bases de dados digitais, as operações são bastante facilitadas pela organização genérica da informação. (NOGUEIRA, 2010, p. 8)

Como se pode notar, os gêneros cinematográficos são um campo amplo e diverso e sua relação com a comunicação se dá em diferentes circunstâncias, seja ao nível da obra ou da interação entre os sujeitos. Assim, com base no que foi exposto, é possível observar a relação que um estudo sobre os gêneros cinematográficos mantém com a área comunicacional.

Considerações finais

Por todos os argumentados apresentados, chega-se ao final deste artigo ciente de que um estudo sobre os gêneros cinematográficos percorre também os caminhos traçados pela área comunicacional.

Conforme argumentado neste trabalho, o cinema – um meio de comunicação que dialoga diretamente com seu público, não somente através das mensagens que transmite, mas, também, por todas as interações delas provenientes e das ações comunicacionais que se realizam antes e depois do filme –, caracteriza-se como um objeto da comunicação.

Ao delimitar o trabalho recaindo-se sobre a análise dos gêneros cinematográficos, o caráter comunicacional fica ainda mais acentuando, tendo em vista que o gênero é um lugar chave da relação entre produção, recepção e cultura, pois, cada tipo de discurso é produzido para públicos específicos, com o intuito de aprimorar a compreensão por parte desses sujeitos. Além disso, os gêneros revelam as marcas da cultura para a qual ele se dirige.

Após discutir sobre um fenômeno tão complexo, espera-se ter demonstrado o caráter comunicacional deste estudo, sem, contudo, encerrar por definitivo esta discussão, tendo em vista que o referido tema nos convida a permanentes atualizações.

Referências

BARBOSA, Marialva. Paradigmas de construção do campo comunicacional. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre, Sulina, 2002. p. 73 – 79.

BRAGA, Adriana; GASTALDO, Édison. Perspectivas naturalistas em comunicação: uma angulação teórico-metodológica. In: Braga, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINHO, Luiz C. **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010. p. 87 – 108.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. **Verso e Reverso (Unisinos Online)**, v. 25, n. 60, set. 2011, p. 62 – 77. Disponível em: <<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/94>> Acesso em: 10 abr. 2012.

BUSCOMBE, Edward. A ideia de gênero no cinema americano. In: RAMOS, Fernão Pessoa (org). **Teoria contemporânea do cinema, volume II**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2005. p. 303 – 318.

CUNHA, Rodrigo. **O cantor de jazz**. Disponível em: <<http://www.cineplayers.com>>. Acesso em 10 jul. 2011.

FAUSTO NETO, Antonio. “As bodas da circulação...”. In: **Alceu**, v. 10, n. 20, jan/jun. 2010, p. 55 – 69. Disponível em: <http://rvistaalceu.com.pucprio.br/media/Alceu20_Neto.pdf> Acesso em 15 jun. 2012

FERREIRA, Lucia Maria Alves; SILVA, André Januário da. **Cinema, memória e discurso: o gênero chanchada na perspectiva bakhtiniana**. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 1, n. 4. 2º sem. 2010, p. 145-154. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/4306>>. Acesso em: 06 jun. 2012.

FOUREZ, Gérard. O método científico: a ciência como disciplina intelectual. In: **A construção das ciências: introdução à filosofia e à ética das ciências**. São Paulo: Ed. Unesp, 1995. p. 103 – 143.

FRANÇA, Vera. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTA, Luiz Gonzaga Et Al. (Orgs.). **Estratégias e culturas da comunicação**. Brasília: Ed. Unb, 2002. p. 13 – 29.

GOMES, Pedro Gilberto. Retrospectiva dos estudos de comunicação. In: **Tópicos de teoria da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 1999. p. 35 – 54.

MAY, Renato. **A aventura do cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

MORIN, Edgar. O Paradigma Complexo. In: **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 57 – 77.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de cinema II: gêneros cinematográficos**. Covilhã: Labcom, 2010.

SETARO, André. **Como o cinema fala.** Disponível em:
<<http://www.coisadecinema.com.br>> Acesso em 15 jul. 2011.

THIEL, Grace Cristiane; THIEL, Janice Cristine. **Movie takes:** a magia do cinema na sala de aula. Curitiba: Aymar, 2009.