

# PARA UMA TEORIA DO CLICHÉ

Leonor Areal

(Escola de Artes e Design das Caldas da Rainha, IPL/  
Universidade Nova de Lisboa)

## 1. INTRODUÇÃO

Uma imagem cuja forma se repete e se torna reconhecível é o que se chama um *cliché*. O cinema vive de clichés e gera clichés — imagens que, quanto mais simplificadas, mais facilmente são retidas. Um cliché é ainda uma imagem que transporta um sentido ou uma significação segunda (além daquela que a insere no fio narrativo). Será então uma espécie de embrião de signo visual?

O objectivo deste ensaio é investigar e definir o que é um cliché e demonstrar a sua pertinência enquanto elemento do processo semiótico cinematográfico. Um cliché será então como uma figura de estilo, um *tropo* tornado imagem. Contudo, o cliché é um tropo diferente de outras figuras de retórica clássica.

Por outro lado, o cliché decorre de formas essenciais de cognição e percepção. Na medida em que um cliché é um condensado de imagem, ideia e emoção, importa situá-lo enquanto processo de semiose muito presente do cinema.

No desenvolvimento desta teoria, pomos a hipótese de que, por razões de cognição essencial, se esboça na existência dos clichés uma ideia de signo cultural que poderá constituir base para uma teoria semiótica do cinema — tese teórica que este ensaio defende.

## 2. MEMÓRIA E IMAGEM

Antes de entrar na definição de cliché, importará recordar alguns pressupostos da linguagem cinematográfica, aquela que, segundo Munsterberg, “obedece às leis da mente mais que às do mundo exterior,”<sup>1</sup> sendo “uma ‘arte da subjectividade,’ imitadora da maneira como a consciência confere forma ao mundo fenoménico”<sup>2</sup>: “O *photoplay* conta-nos uma história humana apropriando-se das formas do mundo exterior, ou seja, espaço, tempo, causalidade, e ajustando os acontecimentos às formas do mundo interior, ou seja, atenção, memória, imaginação e emoção.”<sup>3</sup>

Assim, memórias e imaginações, representações e imagens, serão todas da mesma natureza; pertencem a um nível de pensamento onde se fundem os dados da experiência e encontram nexos os factos de uma narrativa, seja ela nossa ou alheia ou partilhada.

A memória é selectiva e condensa-se em imagens de síntese que lembram um acontecimento, um momento. Exemplificando: lembramo-nos das coisas da nossa vida por imagens e fragmentos que se vão justapondo muitas vezes sem ordem definida, estabelecendo relações novas, e criando laços e encadeamentos arbitrados por nós através da reflexão que fazemos, quotidianamente, incansavelmente, involuntariamente mesmo.

É neste terreno de fantasmas e entidades abstractas — que já deixou de ser sequencial, lógico, factual ou narrativo — que nos situamos após ver um filme. Já não sabemos com muita certeza o que aconteceu antes ou depois, e já compreendemos melhor o início do filme porque lhe conhecemos o final. O nosso pensamento amalgama, sobrepõe ou reorganiza os dados da experiência de outra forma para lhe dar outros sentidos.

Essas imagens condensadas encontram eco, ou projectam-se, ou são ensinadas pela nossa experiência de vida, como por tantas outras representações que nos

rodeiam, verbais, icônicas ou outras. O mundo adquire sentido, porque nós o recriamos a partir dessas imagens, vozes, gestos, memórias que retivemos. Quando virmos uma situação parecida, lembrar-nos-emos daquela imagem que mais marcada está na nossa memória: o cliché.

### 3. DEFINIÇÃO DE CLICHÉ

Quanto mais uma imagem é repetida, mais ela se torna simplificada e mais ela é retida por cada um de nós. A forma repetida e reconhecível que chamamos *cliché* é um elemento fundamental da linguagem do cinema, terreno onde surge amiúde esse género de *citação*. Este é o primeiro pressuposto da teoria que procurarei aqui desenvolver.

Uma cena pode ficar-nos na memória por um gesto, um dito, uma expressão, um enquadramento, um *significante imaginário*.<sup>4</sup> Mas os clichés não nasceram com o cinema. O final habitual das histórias de fadas (por exemplo) — “casaram e foram muito felizes” — é um óbvio cliché. Uma narrativa ela mesma pede clichés, porque se baseia nas expectativas do género em cuja genealogia se insere.

O cliché sofre de uma dupla faceta: por ser conhecido, beneficia — tanto o espectador como os fazedores — do prazer do reconhecimento; por ser banal, gasta-se e a certo ponto aproxima-se da sua exaustão e provoca a rejeição (passando pelo riso). Martine Joly refere que “tal como a citação, o cliché ‘é sempre sentido como algo emprestado: ambos constituem a retoma de um discurso anterior’.”<sup>5</sup>

Por exemplo: o final de filme em que as personagens se afastam de costas, em contraluz ou de malas na mão — como acontece em *Saltimbancos* (1951) e em *Dom Roberto* (1962), onde foi lido como uma citação de Chaplin em *Tempos Modernos* (1936) — ou o movimento de grua ascendente abrindo o campo de visão e

afastando-se do lugar de acção; são clichés por demais usados e porventura capazes de entediar o espectador mais ávido de novidade.

Joly associa a persistência — ou a memória — de clichés e estereótipos com o processo de conhecimento e reconhecimento que se dá essencialmente através das formas:

Como saber o que recordamos das imagens mediáticas? Pode pensar-se, sem se ir demasiado longe, que recordamos principalmente aquilo que se repete [...]. Só se reconhece efectivamente aquilo que já se conhece e que não se esqueceu. [...] Apercebemos-nos então de que, a menos que sejam repetidas e/ou deslocadas e portanto memorizadas, as outras imagens televisivas desaparecem dos nossos espíritos, em proveito de uma memória de formas mais do que de conteúdos.<sup>6</sup>

De facto, podemos dizer que a televisão é a maior fábrica de clichés de sempre, evidência que não escapa aos discursos comuns que sobre televisão se fazem.<sup>7</sup> O *medium* televisivo é por isso — para Joly — ponto de partida<sup>8</sup> para repensar a noção de cliché como modo de comunicação específico, como discurso social e individual:

É por isso [...] que nos propomos reconsiderar a noção de cliché e de estereótipo, já não como figuras imobilizadas e modificadas, mas em primeiro lugar como modo de comunicação específico, como discurso social e individual, forçado por natureza a reactivar modelos de aceitabilidade.<sup>9</sup>

Enquanto imagem de repetição, “o cliché recobre tudo o que produz uma impressão de *dejà vu*.”<sup>10</sup> A definição corrente associa-o à ideia de banalidade; segundo um dicionário de poética, a sua “banalidade está tanto na imagem como na ideia.”<sup>11</sup> E “a

segunda parte desta definição expõe claramente as duas facetas próprias ao cliché: a imagem e a ideia, ou o objecto e a significação que se lhe agarra.”<sup>12</sup>

A ideia difundida e generalizada que conota negativamente os estereótipos e clichés tem a ver, diz Joly citando Barthes, “com o facto de ‘nós dependermos de uma ideologia filosófica e estética da originalidade’,” além da valorização do indivíduo *versus* a sociedade, do espontâneo *versus* o normativo.<sup>13</sup> Esta valorização da individualidade interpõe-se como uma cortina que nos impede de aceitar a importância do cliché enquanto forma de reprodução social de ideias, conceitos e estruturas de significação; como forma *tout court* de representar o mundo, à qual ninguém é imune.

A imagem-cliché, à força de ser repetida e tornada evidente e simples de apreender, pode tornar-se uma “figura gasta.”<sup>14</sup> Contudo, creio que o cliché será menos uma fórmula gasta do que uma forma que se gasta e se renova, evoluindo a par e passo das sucessivas reutilizações; concordo que o cliché funciona como uma figura de estilo, até pela sua constituição imagética, mas não é “imutável;” pelo contrário, seria, sim, como também dizem Amossy e Rosen,<sup>15</sup> uma “fórmula” que “remete para o facto de estilo,” ou, em parte, uma *estilização*.

#### 4. LIMIARES DO CLICHÉ

Penso que a força do cliché está em que é difícil libertarmo-nos dele. Um cliché *imprime-se* na nossa mente como uma chapa.<sup>16</sup> É uma imagem que persiste *retinidamente* no nosso pensamento consciente ou subconsciente. Quando saímos de um filme que nos interessou e emocionou, chegamos cá fora e vemos o mundo transformado pelos *olhos* do filme.<sup>17</sup> Além dos clichés de linguagem cinematográfica, são inumeráveis outros clichés que o cinema criou e que fornecem modelos de

comportamento ou de beleza, gerando tipologias psicológicas e alimentando fobias para uso doméstico; capazes de influenciar as vidas das pessoas.

Convirá aqui distinguir o cliché de outros conceitos afins. Para clarificar a sua utilização no cinema, Fiolet começa por distingui-lo de *lugar-comum*, de *estereótipo* e de *topos*. *Topoi* são *situações recorrentes* cuja função é essencialmente dramática ou convencional (por exemplo, o duelo num *western*, ou a tourada num filme do Ribatejo). Um *topos* contém possibilidades múltiplas, a que não se pode ligar nenhum significado pré-estabelecido.<sup>18</sup>

Lugar-comum será um *tema* banal e tornado desinteressante à força de ser explorado; cliché é uma *expressão imagética* (cuja definição mínima se restringe à metáfora lexicalizada, por exemplo: o véu estrelado, agarrar o touro pelos cornos, etc.); o primeiro tem uma natureza conceptual; o segundo opõe-se àquele pela natureza formal.<sup>19</sup>

Poderíamos definir o academismo como a capacidade de reutilizar os clichés intactos. Assim uma paisagem grandiosa vai significar enfaticamente a grandeza dos sentimentos (o pôr-do-sol é geralmente posto em ressonância com uma cena de amor), o violino na cena de amor fixa o clímax do filme, a apoteose emocional.<sup>20</sup>

À semelhança dos estereótipos, também os clichés obedecem a um princípio de simplificação e de reconhecimento da similaridade; porém o cliché é uma entidade mais flexível, tem a capacidade de metamorfose, através das suas ocorrências e variações; e transporta uma componente semântica mais complexa e erigida na base de imagens nucleares; o estereótipo será mais rígido e formal, ainda que possa representar-se como imagem. Desta forma, podemos pôr a hipótese de que, também por razões de cognição essencial, se esboça na existência dos clichés uma ideia de

signo cultural que pode constituir base para uma teoria semiótica do cinema (como veremos adiante).

Clichés e estereótipos, diz Denis Lévy<sup>21</sup> simplificando, são imagens congeladas (*figées*), cujo sentido foi parado (*arrêté*). Porém, a certa altura, o cliché, pelo seu didactismo ou simplificação, torna-se paródico:

Paradoxalmente, o cliché vai vazár a emoção que está precisamente demasiado associada à tonalidade que ele prescreve. Com efeito, a percepção do cliché provoca no espectador a rejeição da significação e da tonalidade impostas, rejeição de que o riso é o sintoma corrente.<sup>22</sup>

Este risco torna “particularmente difícil o trabalho artístico dos cineastas a partir do cliché.”<sup>23</sup> Denis Lévy acrescenta que muitos cineastas trabalham fazendo do cliché um *operador*; e distingue ainda diferentes operações sobre o cliché: a variação, o deslocamento, a junção (*assemblage*), a surpresa, a subtracção, o esvaziamento (*évidement*), a pista falsa (*contre-pied*), a inversão (*renversement*), o excesso, e o encurtamento e alongamento; “*ad libitum...*,” acrescenta.

“O cliché interrompe a ambiguidade essencial do cinema e expõe-se ao ridículo do sentido demasiado evidente.”<sup>24</sup> Naturalmente as possibilidades formais e semânticas do cliché alimentam gulosamente o género da “paródia e o pastiche, que passam ambos pela imitação mais ou menos irónica ou cómica do que é conhecido (e reconhecível),” como escreve Emmanuel Dreux.<sup>25</sup> O efeito cómico pode também surgir quando se vêem filmes antigos e se reconhecem já muito gastos os clichés de época. Nesses casos é quase difícil tomá-los a sério, ainda que na época fossem aceitáveis. O cliché “interrompe a ilusão de realidade de um filme em benefício de um efeito de artifício, de ficção.”<sup>26</sup>

Fiolet distingue ainda vários tipos de clichés: a imagem cliché (que corresponde

no imaginário popular ao postal ilustrado); o cliché sonoro ou musical (por exemplo, o violino sentimental, ou a antecipação do perigo através da música); o gesto cliché (teatral ou corriqueiro mas codificado); o gag-cliché típico do filmes burlescos. “Em conclusão diremos que um cliché é uma representação cujos parâmetros formais produzem um reconhecimento imediato. É uma imagem que podemos qualificar de simbólica, pois incarna uma significação unívoca pré-determinada.”<sup>27</sup>

Para Marshall McLuhan,<sup>28</sup> existe um processo contínuo de transformação entre o cliché e o arquétipo, figuras que identifica e localiza sobretudo em textos literários, mas que evocam imagens ou figuras,<sup>29</sup> ambos servindo como “respostas feitas para as situações não verbais da nossa vida”:<sup>30</sup> McLuhan encontra assim no cliché (e no arquétipo) uma espécie de elo entre o não verbal e o verbal, o *percepto* e o *concepto*, o que, de certo modo, poderíamos conceber como um interface entre imagem e conceito, vertentes integradas como um núcleo indistinto numa só imagem, numa espécie de signo icónico com *dupla projecção* semântica.

A ideia de cliché como padrão de percepção e compreensão do mundo tem, aliás, antecedentes referidos por McLuhan. De James Hillman provém uma noção que me parece central e vital para a compreensão do cliché, a de que a sua força se encontra numa emoção que ele desencadeia: “Uma percepção não liberta apenas energia latente, mas também pode causar a formação de novos e tensos sistemas físicos que — como em Kafka — são a base da emoção.”<sup>31</sup>

O que é comum em todas as abordagens é a compreensão de que o cliché não é necessariamente verbal, e que é também uma característica activa, estruturante e penetrante da nossa consciência. Ele desempenha múltiplas funções desde libertar emoções a recuperar outros clichés da nossa vida tanto consciente como inconsciente.<sup>32</sup>

Também McLuhan sugere que o poder de permanência (*staying-power*) dos clichés, tal como o das canções antigas ou de embalar, deriva do *envolvimento* que pedem.<sup>33</sup> Os clichés proporcionam uma percepção inteligente e o choque do reconhecimento.<sup>34</sup> Poderemos perguntar-nos se será isso que explica, por exemplo, o desenvolvimento de emoções como a hostilidade e a violência nos meios de entretenimento da nossa sociedade, como acontece com outras emoções através de diferentes formas de recuperação (*retrieval*) de clichés: “Este é o processo da paixão. A emoção mais sugerida na literatura é o amor, mas patriotismo, ódio racial, ambição, sensualidade servem igualmente, desde que a escolha seja vivida completa e fanaticamente.”<sup>35</sup>

## 5. PERCEPÇÃO

Também Deleuze deu atenção ao fenómeno do cliché, visto enquanto forma de percepção que sobrevive às mutações do cinema e simultaneamente as faz evoluir; e que, por outro lado, estabelece relações com as imagens exteriores ao cinema e as imagens interiores aos sujeitos *reais*. Tal como Bergson, Deleuze radica a formação de clichés na percepção:

Como diz Bergson, nós não percebemos a coisa ou a imagem inteira, nós percebemos sempre menos, percebemos aquilo em que estamos interessados, ou antes, aquilo que nos interessa perceber, segundo os nossos interesses económicos, as nossas crenças ideológicas, as nossas exigências psicológicas. Portanto, nós não percebemos geralmente senão clichés.<sup>36</sup>

Ao definir “um novo tipo de imagem” (a imagem-tempo) que terá nascido com o neo-realismo italiano e provocado uma “crise da imagem-acção” (e da imagem-

movimento) que define o cinema pós-guerra, Deleuze aponta as suas principais características — dispersão de personagens e situações; fio condutor ténue entre acontecimentos; estrutura de passeio ou balada; tomada de consciência dos clichés; e o monopólio da reprodução mecânica de imagens e sons que oculta o poder.<sup>37</sup>

Neste novo paradigma do cinema — a Imagem-Tempo — surgem situações puramente ópticas e sonoras, distintas da Imagem-Movimento que se baseava em situações sensorio-motores. É neste contexto que os clichés anteriores são postos em causa e o novo cinema se questiona sobre “o que mantém o conjunto deste mundo sem totalidade nem encadeamento;” “a resposta é simples”: “o que faz o conjunto são os clichés, e nada mais. Apenas clichés, em tudo clichés.”<sup>38</sup>

Deleuze prossegue exemplificando como o neo-realismo italiano, criando “um novo tipo de *narrativa*, capaz de compreender o elíptico e o inorganizado, fez proliferar os *espacos quaisquer*,<sup>39</sup> cancro urbano, indiferenciado, terrenos vagos, que se opõem aos espacos determinados do antigo realismo” e desse modo “o que surge no horizonte, o que se perfila neste mundo, o que se vai impor [...] não é sequer a realidade crua, mas o seu duplo, o reino dos clichés, tanto no interior como no exterior, na cabeça no coração das pessoas como no espaco inteiro.”<sup>40</sup>

Para Deleuze, “o fazer-falso torna-se o signo de um novo realismo, por oposição ao fazer-verdade do antigo,” aquilo que ele designa como *puissance du faux*: “Sob esta potência do falso, todas as imagens se tornam clichés, seja pelo seu desajeitamento, seja pela sua denunciada perfeição aparente.”<sup>41</sup>

O papel dos renovadores é então romper com os anteriores clichés: “Então pode aparecer um outro tipo de imagem : uma imagem optico-sonora pura, a imagem inteira e sem metáfora que faz surgir a coisa mesma, literalmente, no seu excesso de horror e beleza, no seu carácter radical e injustificável.”<sup>42</sup>

Mas aquela *crise* da imagem-acção passou e, com o tempo, também o cinema de situações opti-sonoras puras criou os seus clichés (as suas paisagens desoladas de

personagens *egarés*, etc.). Deleuze aponta a dificuldade: “O difícil é saber em que é que uma imagem óptica-e-sonora não é ela mesma um cliché, ou uma fotografia.”<sup>43</sup> E assim diagnostica uma *civilização do cliché*:

Civilização da imagem? Na verdade é uma civilização do cliché, onde todos os poderes têm interesse em esconder de nós as imagens, [...] em esconder qualquer coisa na imagem. Por outro lado, ao mesmo tempo, a imagem procura incessantemente furar o cliché, sair do cliché. Não sabemos até que ponto pode conduzir uma verdadeira imagem: a importância de ser visionário ou vidente.<sup>44</sup>

## 6. FIGURA

Decorre das anteriores definições de cliché a possibilidade de o considerar como uma figura de estilo, um tropo; diferente das outras figuras, mas podendo apresentar afinidades com elas, na medida em que um cliché é um condensado de imagem, ideia e emoção, como vimos.

Um cliché será pois um tropo tornado imagem. E enquanto imagem, afirma-se como um *todo uno*. Imprime-se na *retina* das nossas mentes como um dado instantâneo, sem dar espaço nem tempo a uma reflexão. Seduz e penetra pela sua simplicidade. Tem uma perfeição que nos faz reféns da sua forma, com a mesma força das formas elementares explicadas pela teoria da *Gestalt*. Também no cinema e na vida, a força do cliché está nessa psicologia da forma simples, numa *gestalt* do pensamento. A forma impõe-se diante dos nossos olhos e do nosso cérebro como modo de percepção e compreensão.

O conceito de figura aparece na retórica clássica como fundamental para a explicação dos tropos e figuras de pensamento ou de expressão usados na literatura

e no discurso argumentativo.<sup>45</sup> A noção de figura tornou-se também importante para a compreensão dos mecanismos da percepção e da psicologia da forma com a teoria da Gestalt, a partir dos anos 10 e 20 do século XX.<sup>46</sup> Contudo há «poucos trabalhos analíticos acerca de figuras efectivamente produzidas em imagens», como afirma Jacques Aumont.<sup>47</sup> Numa definição simplificada, a figura é essencialmente uma determinada forma que pelo seu recorte específico permite veicular uma ou outra ideia e dá-la a compreender de uma forma diferente de outra. A *forma* da figura define o modo de pensamento, tanto como a *ideia* que transporta.

Neste sentido, a figura será a forma discursiva que um enunciado adquire,<sup>48</sup> e que, mesmo se transporta um sentido qualquer (verbal ou outro), existe enquanto modelador do espírito — do pensamento, do olhar — mais do que por um intuito comunicativo.

Outros estudos têm explorado a hipótese de que o nosso pensamento funciona por imagens. A psicanálise mostrou-o através da importância dada aos sonhos e às imagens.<sup>49</sup> O antropólogo Georges Lakoff,<sup>50</sup> em *Metaphores we live by* e noutras obras, demonstra cabalmente como nos regemos mais por imagens do que por argumentos racionais.

O papel da figura na comunicação e a sua relação com o signo foi desde há muito percebido, apesar de para alguns semiólogos ela não estar bem definida. Por exemplo, Hjelmslev há muito pressentiu que a figura, sendo um não-signo,<sup>51</sup> desempenharia um papel fundamental nos processos de comunicação, ou mais propriamente no plano discursivo.<sup>52</sup> Assim, partindo desta perspectiva, considero que a figura será a forma discursiva que um enunciado adquire,<sup>53</sup> e que, mesmo se transporta um sentido qualquer (verbal ou outro), existe enquanto modelador do espírito — do pensamento, do olhar — mais do que por um intuito comunicativo.

Note-se que o conceito de figura recobre o princípio de formulação da arte, e igualmente, o princípio formal do pensamento, das emoções, do gosto, etc. O

“trabalho da figura” é metamórfico e anamórfico (como o designa Mourão) e multiforme; a figura corresponde ao *sentido não dito* do enunciado, mas *mostrado* no processo de interlocução;<sup>54</sup> podendo ser associado — o que acontece frequentemente — ao trabalho semântico, como no caso que aqui nos ocupa do cliché, e, de um modo mais lato, no cinema e na comunicação visual.

Em suma, parece não oferecer dúvidas que o cliché, tal como o definimos atrás, é uma figura, um todo cuja forma não pode ser decomposta em partes sem perder a sua identidade e significação discursiva. Não será, porém, uma figura no sentido tradicional. Convirá então distingui-la das velhas figuras de estilo e perceber como também estas se manifestam no interior do discurso cinematográfico.

## 7. METÁFORA

A metáfora é a figura máxima e um conceito amplamente usado nos mais variados contextos e nem sempre fácil de delimitar ou de fugir às ambiguidades dos seus usos.<sup>55</sup> Na minha definição: uma metáfora (literária) será geralmente uma imagem do concreto a que se sobrepõe um conceito abstracto; ou seja, uma metáfora é criada a partir de uma imagem do concreto que gera, através de uma associação de ideias mais ou menos inusitada, um conceito abstracto.<sup>56</sup> A metáfora assume quase sempre aspectos imagéticos, que decorrem da sua geração por analogia. Quando se associam várias metáforas ou outras figuras retóricas, fala-se, aliás, de *imagem literária*, espécie alargada de metáfora que consegue evocar imagens visuais e sensoriais mais complexas.

Quando se chega ao campo do cinema, as definições clássicas de metáfora deixam de ser aplicáveis e há quem questione a sua adequação ou mesmo existência, apesar do uso frequente do conceito de metáfora na crítica

cinematográfica.<sup>57</sup> A metáfora literária expressa-se por palavras e representa imagens; parte do abstracto para o concreto. A metáfora cinematográfica parte necessariamente de uma imagem, e portanto, a metáfora expressa-se de forma concreta para representar conceitos abstractos. Já Pasolini o tinha intuído:

o autor de cinema não poderá nunca recolher termos abstractos. Esta é provavelmente a diferença maior entre a obra literária e a obra cinematográfica (se quisermos fazer esta comparação). A instituição linguística, ou gramatical, do autor cinematográfico é formada por imagens e as imagens são sempre concretas, nunca abstractas.<sup>58</sup>

O que o autor de cinema pode fazer é partir do concreto para representar o abstracto: conceitos, ideias, sentimentos. A metáfora cinematográfica cria portanto um elo que parte de uma imagem física para um conceito; esta constituição de um significado imaginário associado a uma imagem corresponde ao processo nuclear de constituição dos clichés, embora metáfora e cliché não coincidam necessariamente; o processo de significação através da imagem é que é nos dois casos semelhante. Essa capacidade de reprodução e ressignificação no interior da imagem — que opera tanto na metáfora como no cliché — será uma forma de condensação (ou metáfora).

## 8. SEMIÓTICA

Como vimos, um cliché é uma imagem que arrasta um sentido, uma significação segunda (além daquela que a insere no fio narrativo). Será então uma espécie de embrião de signo visual? Yuri Lotman, Jean Mitry, Christian Metz e Pasolini, entre

outros, desenvolveram diferentes teorias semióticas acerca do cinema. Contudo, nenhum deles chegou a identificar o cliché enquanto forma de significação autónoma e complexa. Tentarei situar no contexto dessas teorias a hipótese teórica do cliché enquanto signo visual.

Pier Paolo Pasolini andou próximo do conceito de cliché quando definiu os “signos mímicos.”<sup>59</sup> Pasolini associa esta forma de comunicação, esta linguagem de “imagens significantes” ao “mundo da memória e dos sonhos;” por outro lado, “a comunicação visual, que é base da linguagem cinematográfica, é [ao contrário da comunicação poética ou filosófica] extremamente rude, quase animal.”<sup>60</sup>

Aquilo que Pasolini dá como exemplo de “estilema,” “a imagem das rodas de um comboio correndo entre baforadas de vapor,”<sup>61</sup> é o que podemos designar como cliché, ideia que se reforça quando o autor a explica:

Todos nós, com os nossos olhos, temos visto o famoso correr das rodas dos comboios movidas pelos âmbolos e rodeadas de baforadas de vapor. É uma imagem que pertence à nossa memória visual e aos nossos sonhos: se a contemplamos na realidade “ela diz-nos qualquer coisa”: a sua aparição numa charneca deserta, *diz*, por exemplo, como é comovente a actividade do homem e enorme a capacidade da sociedade industrial, e por conseguinte, do capitalismo, para anexar novos territórios; e, a alguns de nós, também *diz* que o maquinista é um homem explorado, não obstante cumprir dignamente o seu trabalho, por uma sociedade que é o que é, mesmo se são os seus exploradores quem se identifica com ela, etc., etc.<sup>62</sup>

Naturalmente, a nossa leitura deste cliché, hoje, já terá evoluído, juntamente com o próprio cliché, e com as ideias que andam no ar, e não faremos exactamente a mesma interpretação, nem ela será válida noutra filme e noutra contexto; mas

permanece, não obstante, como cliché, como forma preta de significado e ressonâncias partilhadas. Pasolini chama-lhe “símbolo cinematográfico,” assinalando assim a sua natureza significante; mas mais propriamente trata-se de um cliché como temos vindo a defini-lo).

O processo de redundância que cria e consolida os clichés é também descrito por Pasolini (apesar de não lhe atribuir esta designação):

A breve história estilística do cinema, por causa da limitação expressiva imposta pela enormidade numérica dos destinatários do filme, obrigou a que os estilemas, que no cinema se tornaram de imediato sintagmas e que, portanto, reintegraram a institucionalidade linguística, fossem pouco numerosos e, sobretudo, grosseiros (lembremo-nos uma vez mais das rodas da locomotiva, a série infinita de grandes planos iguais, etc.). Tudo isto se apresenta como um momento convencional da linguagem dos *im-signos* e assegura-lhe uma vez mais um elementar carácter convencional objectivo.<sup>63</sup>

O cliché poderá ser, creio, uma espécie de “filtro interpretativo que vem sobrepor-se ao que nós vemos.”<sup>64</sup> Contudo para Lotman esse filtro interpretativo tem uma outra explicação: “Conscientes de que estamos em presença de uma narrativa artística, isto é, de uma cadeia de signos, segmentamos o fluxo de impressões visuais em elementos significantes.”<sup>65</sup> Estes *elementos visuais significantes* parecem-me corresponder à definição essencial de cliché; que associa três polaridades triangularmente: a forma, o sentido e a emoção.

O ponto de encontro entre as representações do filme e as do espectador — esse momento partilhado onde as emoções emergem e onde os planos imaginários se tocam — será o cliché, na minha hipótese; ou será *da mesma natureza* do cliché, considerando aqui cliché num sentido lato, associado a um processo de cognição

efectivo, e menos em termos de consolidação de imagens-clichés (como antes vimos, os clichés são mutáveis e têm um ciclo de surgimento e esgotamento).

Lotman pergunta então: será possível existir um sistema semiótico sem signos?<sup>66</sup> E responde: “um sistema semiótico sem signos, que opera com unidades de ordem superior, os textos, não constitui um paradoxo, mas uma realidade.”<sup>67</sup> São portanto possíveis dois tipos de semiose: com signos e sem signos. No cinema coexistem duas outras tendências: uma figurativa, outra verbal; que se desenvolvem em conjunto através da narrativa.<sup>68</sup>

De novo, esta entidade mutacional onde palavras e imagens se juntam e se metamorfoseiam nos conduz à ideia de cliché, enquanto imagem complexa resultante de uma congregação de factores de naturezas diferentes: gestuais, verbais, visuais, sonoros, simbólicos, imaginários, míticos, etc. Aliás, Lotman lembra que o gesto já é uma forma de bilinguismo sem palavras.<sup>69</sup> A semiótica do cinema — e do cliché — não é independente das outras semióticas do real; porém o cliché encontra aqui a sua expressão mais nítida, enquanto condensação multifacetada de sentidos e reflexos.

Hjelmslev propôs uma definição mais abrangente do signo enquanto *forma*: uma forma que se divide em *expressão* e *conteúdo*, equivalentes ao significante e significado de Saussure. Por sua vez, estes dois níveis de expressão e conteúdo alargam-se à realidade extra-sígnica (ou extra-semiótica): à substância exterior ao signo, e que será a substância da expressão (fonológica, escrita, etc.); ou à substância do conteúdo (o pensamento e o referente real). Temos assim um signo não apenas dual, mas um esquema quadripartido que inclui: substância da expressão; forma da expressão; forma do conteúdo, substância do conteúdo. Esta diferenciação progressiva — que transita do pensamento para a expressão, através da matéria e da forma — parece-me particularmente apropriada para referir e organizar as ideias sobre cinema; não enquanto teoria essencialista; mas como instrumento conceptual de trabalho.

SAUSSURE	HJELMSLEV	VANOYE (CINEMA)	ECO	CINEMA
Signo (significante)	Expressão (substância ou matéria)	imagens e sons	<i>Continuum</i> (yle)	
	Expressão (forma)	composição e montagem		gesto, cliché
Signo (significado)	Conteúdo (forma)	narrativa, temas, sentimentos e ideias		gesto, cliché
	Conteúdo (substância ou matéria)	acontecimentos reais ou imaginários	<i>Continuum</i> (yle)	

Francis Vanoye transpõe da seguinte maneira os quatro níveis semióticos de Hjelmslev para o cinema: a substância (ou matéria)<sup>70</sup> da expressão serão, no discurso fílmico, as imagens em movimento, os sons, etc.; a forma da expressão definir-se-á pela montagem, pela composição de formas e cores, etc.; a forma do conteúdo corresponderá à estrutura narrativa, aos sentimentos, temas e ideias; a substância (ou matéria) do conteúdo serão os acontecimentos reais ou imaginários mostrados.<sup>71</sup>

Nesta arrumação, o cliché poderia caber no plano da forma, tanto do lado da expressão como do conteúdo. Contudo, parece-me que a separação de Vanoye, ao não contemplar, por exemplo, o gesto, que pertenceria, enquanto signo da vida, indistintamente a ambos os níveis de forma (da expressão e do conteúdo), também não prevê aí a inclusão do cliché. Defendo assim que *gesto* e *cliché* serão signos que fundem em si aspectos de expressão e conteúdo; são formas semióticas, por excelência. Metz também “demonstrou que o recurso aos conceitos de Hjelmslev permite evitar o escolho da distinção comum entre ‘fundo’ e ‘forma’: há assim uma ‘forma do fundo’ (conteúdo) e um “conteúdo da forma.”<sup>72</sup>

Umberto Eco complementa o esquema de Hjelmslev com elementos da teoria do signo de Peirce, “sincretismo elegante,” diz, “pois permite a um modelo estrutural sair de sua fixidez sincrónica e abrir-se também à consideração de factos diacrónicos.”<sup>73</sup> Temos então dois planos, o da Expressão e o do Conteúdo; “ambos os planos, com admirável simetria, contemplam um elemento de Forma e um

elemento de Substância.” Eco nota que “é muito claro em Hjelmslev o que seja a Forma, em ambos os casos. É muito obscuro em Hjelmslev o que seja a Substância.” Isso leva Eco a regressar ao original em dinamarquês e perceber que existe uma expressão original (*mening*) cuja tradução variou entre *matéria* e *substância*, e para a qual propõe o termo “continuum,”<sup>74</sup> que seria realmente um *continuum* entre conteúdo e expressão, entre pensamento e mundo: “creio e me proponho crer que o continuum da expressão e o continuum do conteúdo são a mesma coisa. E o que são? A *yle*, a matéria-prima, ou seja, o mundo, aquilo que é, do qual ainda estamos falando e no interior do qual estamos. É a matéria no sentido mais amplo.” A *yle* será também, então, a realidade no seu sentido mais projectivo, enquanto interpretação do mundo. Dessa realidade faz parte a vida enquanto matéria do cinema.<sup>75</sup>

A *semiótica da vida* será a nossa capacidade de ler o mundo — e, no caso do cinema, a de o figurar e transfigurar de modo a ser legível por outros. Esta semiótica pode ser concebida num sentido que concilia e junta os conceitos de *semiose* e *semiótica* tal como os diferenciou Umberto Eco: “A semiose é o fenómeno, a semiótica é um discurso teórico sobre fenómenos semióticos;”<sup>76</sup> enunciado no qual podemos retirar a palavra *teórico*, uma vez que qualquer falante que exerça um metadiscurso sobre a língua ou as significações de um enunciado já pode considerar-se que está a elaborar a um nível semiótico. Assim, o cinema junta os dois processos: o fenómeno de significação directa (*semiose*); e o acto de significar os fenómenos semióticos num segundo sistema de significação onde eles se tornam signos que se referem à vida. A diferenciação de Eco referia-se, aliás, apenas a discursos linguísticos, e o cinema, efectivamente, faz parte de um outro universo de produção de signos e informações designado como *semiurgia*.<sup>77</sup>

A ideia de que o cinema possa ser uma espécie de semiose ou semiótica aplicada da vida poderá ser contestada logo pela sua temeridade. Poder-se-á

objectar que tal não existe. Não existe, de facto, enquanto corpo de saber, mas poderá existir enquanto experiência e conhecimento do quotidiano, enquanto capacidade para aprender, associar e ler os gestos e os acontecimentos da vida; vasto universo impossível de catalogar e que cada um organiza à sua maneira, mas que o cinema consegue condensar quando, em menos de duas horas, nos apresenta criteriosamente os gestos e acções que fazem sentido para explicar, apresentar e discutir certos aspectos da vida, seja o da organização social das relações humanas, seja o das motivações das personagens individuais.

Pasolini sugeriu que “a acção humana sobre a realidade” seria a “primeira e principal linguagem dos seres humanos.”<sup>78</sup> E disse também que a realidade da vida é um “continuum visual”<sup>79</sup> de gestos e significados em que nos encontramos imersos; portanto, deduzo que só o cinema, enquanto sua reformulação, enquanto forma, permite destacar dessa matéria informe da vida aqueles elementos que se constituem significativos, isto é, elementos de linguagem.

## 9. CONCLUSÃO

Vimos como o cliché se distingue de outros tropos frequentes, seja no campo do cinema ou da literatura. Por outro lado, o cliché pode ser encarado como um modo de percepção decorrente das nossas capacidades cognitivas essenciais que têm como matriz o processo cognitivo da analogia.

O cliché será assim uma espécie de operador semiótico; um mecanismo de compreensão do mundo — que procurei inserir numa teoria semiótica mais ampla, proveniente de Hjelmslev e desenvolvida, entre outros, por Umberto Eco.

Assumindo a hipótese teórica do que designei como “semiótica da vida,” considerei que só a forma *escrita* da vida — o cinema — se poderá constituir

enquanto sistema semiótico, linguagem efectiva, *corpus* de análise e interpretação. O cliché será um embrião, a forma nuclear desta semiose (o processo de significação cinematográfico); um ponto de partida para discutir o mecanismo semiótico das imagens cinematográficas.

Mas, para além de uma semiótica da vida — sistema de significação complexo, virtualmente impossível de definir e codificar, mas visível e legível por meio do cinema — torna-se importante pensar o cliché inserido numa Estilística — que contemple as formas estéticas da arte cinematográfica e as variações estilísticas das figuras concretas que são os clichés, no seu processo de mutação permanente. Este será talvez o próximo o passo no desenvolvimento uma teoria do cliché.

## NOTAS

1. Hugo Münsterberg, "The Photoplay: A Psychological Study," in *Hugo Munsterberg on Film*, ed. Allan Langdale (Nova Iorque: Routledge, 2002), 91.
2. Robert Stam, *Introdução à Teoria do Cinema* (Campinas: Papirus, 2003), 45.
3. Münsterberg "The Photoplay," 45.
4. O *significante imaginário* será um significante de outra natureza que não linguística, constituído pela matéria do filme e ressignificado num segundo grau pelo imaginário do espectador/leitor. Ver Christian Metz, *O Significante Imaginário: Psicanálise e Cinema* (Lisboa: Livros Horizonte, 1980).
5. Ruth Amossy e Elisheva Rosen, *Les discours du cliché* (Paris: Sedes, 1982), citado em Martine Joly, *A Imagem e a sua Interpretação* (Lisboa: Edições 70, 2003), 211.
6. Joly, *A Imagem e a sua Interpretação*, 203-206.
7. Joly diz que "a condenação geral da repetição, da citação, do cliché e do estereótipo na televisão têm tendência para conferir à imagem mediática, e muito particularmente à imagem televisiva, o estatuto de 'signo vazio,' sem verdadeiro referente a não ser ele mesmo" (*ibid.*, 209).
8. "[D]a mesma forma que Roland Barthes começou a sua pesquisa dos signos visuais a partir da publicidade [...], da mesma maneira pensamos que, se existem estereótipos visuais, encontrá-los-emos em primeiro lugar na televisão, visto que se trata de um meio de comunicação de massas" (*ibid.*).
9. *Ibid.*
10. *Ibid.*
11. Michelle Aquien, *Dictionnaire de poétique* (Paris: Livre de Poche, 1997), citado em Annick Fiolet, "Les clichés au cinéma," *L'art du cinéma* 27/28 (Inverno 2000): 5.
12. Fiolet, "Les clichés au cinéma", 6.
13. Joly, *A Imagem e a sua Interpretação*, 210.
14. *Ibid.*, 211.
15. Citado em *ibid.*
16. A origem metafórica deste conceito dá conta do seu significado essencial: o cliché era a chapa metálica que permitia a impressão tipográfica repetida de uma fotografia.
17. A "persistência retiniana" é apenas o mecanismo fisiológico usado aqui como metáfora para outras formas de persistência que englobam, naturalmente, o auditivo, o simbólico, o afectivo, etc.
18. Fiolet, "Les clichés au cinéma," 7-8.
19. *Ibid.*, 6-7.
20. *Ibid.*, 10.
21. Denis Lévy, "D'où viennent les idées troubles?", *L'art du cinéma* 27/28 (Inverno 2000): 13.
22. Fiolet, "Les clichés au cinéma," 10.

23. Ibid. “Tento evitar os clichés usados e trazer sobre eles uma luz diferente. Há um valor nos clichés, pois podemos elaborar a partir deles. É um denominador comum entre mim e o espectador, que permite fazer um comentário suplementar” — Billy Wilder citado em *ibid.* (tradução livre).
24. Ibid.
25. Emmanuel Dreux, “De l’usage parodique et comique du cliché,” *L’art du cinéma* 27/28 (Inverno 2000), 56.
26. Lévy, “D’où viennent les idées troubles,” 13.
27. Ibid., 12.
28. A obra de McLuhan, *From Cliché to Archetype* de 1970, organiza-se fragmentariamente como um abecedário de exemplos e conjecturas em volta dos conceitos de cliché e arquétipo; embora não constitua uma teoria organizada sobre o cliché, é talvez o maior repositório de especulações em torno deste conceito, apesar de muito centrado em textos literários e negligenciando as formas propriamente visuais do cliché.
29. Marshall McLuhan, *From Cliché to Archetype* (New York: Pocket Books, 1970), 19.
30. “[S]tock responses in all the nonverbal situations of our lives” (*ibid.*, 20).
31. James Hillman, *Emotion* (Evanston: Northwestern University Press, 1961), 152.
32. Ibid., 54-55.
33. “[M]as não poderá ser que o poder de permanência dos clichés, tal como o das velhas canções e as rimas de embalar, derivem do envolvimento do espírito que pedem?” (McLuhan, *From Cliché to Archetype*, 58-59).
34. “[T]he sting of perception and the schock of recognition” (*ibid.*, 59).
35. Hillman, *Emotion*, 196, 183.
36. Gilles Deleuze, *Cinéma II - L’Image-temps* (Paris: Minuit, 1985), 32.
37. Deleuze sintetiza assim estas características: “Tais são as cinco características aparentes da nova imagem: a situação dispersiva, as ligações propositadamente fracas, a forma-balada, a tomada de consciência dos clichés, a denúncia do *complot*. É a crise simultânea da imagem-ação e do sonho Americano” em Deleuze, *Cinéma I - L’Image-mouvement* (Paris: Minuit, 1983), 277-283.
38. “Ce qui fait l’ensemble, ce sont les clichés, et rien d’autre. Rien que des clichés, partout des clichés” (*ibid.*, 281).
39. No original, “espaces quelconques.”
40. Ibid., 286.
41. Deleuze, *Cinéma I*, 288.
42. Deleuze, *Cinéma II*, 32.
43. Ibid., 33.
44. Ibid.
45. Groupe  $\mu$ , *Rhétorique générale* (Paris: Seuil, 1982), 11.
46. Para a teoria da Gestalt, objectos e percepções são compreendidos como um todo — como uma figura — cuja totalidade é mais do que a soma ou a descrição das suas partes (Wertheimer). Weber apresenta uma *teoria das relações* acerca de como “os todos têm certas propriedades únicas, inexplicáveis através das relações analisáveis entre as suas partes.” Kurt Koffka precisa que os elementos de percepção, na forma de sensações, também podem ser experimentados na forma de imagens. O próprio conceito de *gestalt* será uma noção embrionária na definição de outras formas de pensamento mais complexas que se desenvolvem a partir de imagens.
47. Jacques Aumont, *A Imagem* (Lisboa: Texto&Grafia, 2009), 187.
48. José Augusto Mourão associa a ideia de figura à formulação sintática: “as regras que regem a sintaxe das nossas frases são muito mais misteriosas, exprimindo factores globais, contextuais, ligados à presença de situações dinâmicas simples (chamemos-lhes ‘figuras’) que se reflectem na estrutura das frases elementares” (“O Trabalho da Figura: Metamorfose / Anamorfose,” *Revista de Comunicações e Linguagens* 20 [1994]: 122).
49. Os conceitos de *condensação* e *deslocação* usados por Freud, que se tornam operativos na interpretação semântica dos sonhos, correspondem precisamente às figuras de *retórica* há muito designadas de metáfora e metonímia (e sinédoque).
50. Georges Lakoff e Mark Johnson, *Metaphores We Live By* (Chicago: Chicago University Press: 2003).
51. Louis Hjelmslev define a figura por oposição a signo, como a parte e a totalidade, dado que os signos são compostos por não-signos: as “figuras, e a relação das figuras com os signos é dada como uma função interna à linguagem” (Mourão, “O Trabalho da Figura,” 122). Nas palavras de Hjelmslev: “A economia relativa entre os inventários de signos e de não-signos responde inteiramente àquilo que é provavelmente a finalidade da linguagem. [...] para preencher esta finalidade, deve ser sempre capaz de produzir novos signos, novas palavras ou novas raízes. [...] Tais não-signos que entram como partes de signos num sistema de signos serão chamados aqui figuras, denominação puramente operacional que é cómodo introduzir” (citado em Adriano Duarte Rodrigues, “As Figuras da Interlocução,” *Revista de Comunicações e Linguagens* 20 [1994]: 151).
52. Como diz José Augusto Mourão, “A figura não obedece às regras de funcionamento do signo. Não tem por função fazer conhecer um significado por meio de um significante. Não resulta de uma

codificação, nem desemboca numa decodificação. [...] Num texto identificam-se figuras, não signos, conceitos ou coisas. É necessário romper com a ligação entre figuras e valores na estrutura do signo, exactamente porque os elementos figurativos que constituem o plano discursivo não são signos, mas antes 'figuras'" (Mourão, "O Trabalho da Figura," 122).

53. Ver *ibid.*

54. "Enquanto a significação é dita ou significada pelos enunciados que os interlocutores trocam entre si, o sentido não é dito mas mostrado no decurso do processo de interlocução. É este aspecto que confere ao sentido a sua natureza figural, na acepção etimológica do termo." (Rodrigues, "As Figuras da Interlocução," 156)

55. A metáfora é uma "modificação do conteúdo semântico de um termo" que "resulta da junção de duas operações de base," duas sinédoques (Groupe  $\mu$ , *Rhétorique générale*, 106). A metáfora pode também aproximar-se da *metonímia* ou da *sinédoque*, processos simétricos de substituição vocabular através da contiguidade do referente, não sendo por vezes claras as fronteiras precisas destes quatro conceitos. Todos eles pertencem aos grupo dos tropos, figuras "de palavras ou de sentido."

56. Este conceito resultante é o que se sobrepõe aos dois "termos" da metáfora (o comparado e o comparante); ao associar signos de paradigmas semânticos diferentes, a metáfora cria um novo paradigma que se sobrepõe àqueles ou os junta; todavia a metáfora gera-se não nessa sobreposição de paradigmas, mas através de uma relação de analogia que é muitas vezes imagética; a metáfora (como processo analógico) precede, assim, a criação desse novo paradigma *sobreposto*.

57. Neste contexto, o termo metáfora é usado no sentido mais lato de *analogia*, o processo cognitivo e expressivo que lhe está na base. A analogia, por definição estrita, será um paralelismo de raciocínios, mas pode também referir-se a todos estes processos analógicos que consistem em associar conceitos diferentes a partir de semelhanças parciais. Discordo da diferenciação feita por Trevor Whittock, (*Metaphor and Film* [Cambridge: Cambridge University Press, 1990], 5-6) entre metáfora e analogia, ao tomar a primeira como um processo figurativo e a segunda como um processo de literalidade. Diria até que ambos os processos operam no eixo paradigmático de substituição pela mudança ou intercâmbio de paradigmas literais inicialmente diferentes; sendo este aliás o processo por que funcionam grande parte dos mecanismos do humor: pela substituição paradigmática de elementos tomados noutra contexto literal ou figurativo. O mecanismo humorístico, mal estudado em retórica ou em linguística, é no entanto uma operação simples e percebida desde a muito pequena infância (onde conduz directamente à gargalhada), pela compreensão do desajuste semântico, contextual ou simplesmente absurdo. A excepção particular da ironia, essa sim, bastante estudada, funciona por semantização contextual ou pragmática mais subtil e, também por isso, muitas vezes assimilada inconscientemente na linguagem corrente.

58. E acrescenta: "(só no horizonte de uma previsão milenária seria possível conceber imagens-símbolos que sofram um processo semelhante ao das palavras, ou pelo menos radicais, de origem concreta que pela fixação do seu uso, se tornaram abstracções)." Pier Paolo Pasolini está aqui a limitar o seu escopo às imagens-signos, imagens isoladas que transportem significados à semelhança dos signos linguísticos. Não considera outras formas de significação que, como o cliché ou a metáfora, não sejam *monemas*. Ver Pasolini, *Écrits sur le cinéma* (Paris: Cahiers du cinéma, 2000), 141.

59. Ou *im-signos*, cujo sistema, aliás, se integra com a língua falada, composta de *lin-signos* (*ibid.*, 137).

60. *Ibid.*, 138.

61. *Ibid.*, 139.

62. *Ibid.*, 140.

63. *Ibid.*, 142.

64. Yuri Lotman, *Estética e Semiótica do Cinema* (Lisboa: Estampa, 1978), 48.

65. *Ibid.*

66. *Ibid.*, 65.

67. *Ibid.*, 69.

68. *Ibid.*, 72.

69. *Ibid.*, 73.

70. Algumas traduções e autores usam o termo *matéria* em vez de *substância*, que são aqui equivalentes.

71. Francis Vanoye, *Récit Écrit, Récit Filmique* (Liège: Armand Colin, 2005), 42.

72. *Ibid.*, 43.

73. Umberto Eco, *Conceito de Texto* (São Paulo: Edições Universitárias São Paulo, 1984), 18.

74. Já Pasolini usara o termo *continuum* num sentido aproximado: "A língua do cinema forma um 'continuum visual' ou 'cadeia de imagens'" (Pasolini, *Empirismo Herege* [Lisboa: Assírio & Alvim, 1982], 165).

75. Mas nessa realidade poderá igualmente caber o cinema enquanto matéria de vida, fusão que encontramos no cinema mais actual, o da era do vídeo doméstico e da imagem digital (que funde sob um mesmo critério todas as imagens, qualquer que seja a sua proveniência). No mundo actual, a imagem não é já apenas uma forma de mediação do real exterior a ela, a imagem é constitutiva de uma

relação com o real que se faz através do meio digital *online*. Muitos filmes hoje reflectem um universo comunicacional onde as relações humanas se confundem com os dispositivos de mediação e já não há distinção entre a vida e os sonhos. São imagens fantasmas, ou fantasmas que se representam na sua materialidade imediata, sem mediações de sentido, sem contexto. Muitos filmes usam a matéria da vida como objecto de trabalho e pensamento. A matéria da vida coincide aí com a matéria do cinema. E a imagem é esse estádio da matéria que resolve a (obsoleta) oposição entre real e virtual, entre ficção e documentário, entre representação e vida, fechando o círculo do continuum. A imagem já não é uma forma de mediação do real inacessível. A imagem pode ser o real tangível. Será a *imagem-matéria*. Contudo, esta especulação introduz uma deriva ontológica que não pretendo aqui desenvolver, sob pena de gerar alguma confusão teórica.

76. Umberto Eco, *Os Limites da Interpretação*, 2.<sup>a</sup> ed. (Lisboa: Difel, 2004), 244.

77. Robert Stam, *Introdução à Teoria do Cinema* (Campinas: Papirus, 2003), 329.

78. Pasolini, *Empirismo Herege*, 162.

79. *Ibid.*, 165.