

Cinema e não-comunicação estética: um modelo semiopragmático-intuitivo para a Análise do Filme¹

Gabriel DARWICH²
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O presente artigo partiu das teorias do Cinema em sua interseção como linguagem e como obra de arte promotora de uma experiência estética, para abordar a problemática da contextualização âmbito da análise fílmica. O objetivo deste trabalho foi, portanto, desenvolver uma ferramenta de análise que abarcasse a relação entre os contextos do cineasta, espectador e da própria obra, a fim de guiar uma abordagem intercontextualizante. Para isto, tomamos semiopragmática de Roger Odin e seu modelo baseado em espaços de comunicação, articulando-o com uma teoria estética bergsoniana da criação artística como ato da intuição. Como resultado, propusemos a formulação um modelo semiopragmático-intuitivo que concilia as premissas semiopragmáticas da não-comunicação com o objeto da experiência estética bergsoniana no cerne deste sistema comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema; Análise do Filme; semiopragmática; intuição; não-comunicação.

INTRODUÇÃO

Dentro do campo das teorias do Cinema, há uma problemática recorrente que suscita diferentes abordagens para a análise de obras cinematográficas: a questão da contextualização, seja na recepção do espectador ou na composição da forma fílmica, da produção de sentidos na obra. A ambiguidade categórica do Cinema – ora posto como expressão artística, ora como um meio comunicacional – adiciona uma complexidade particular a esta problemática, ao passo em que produz uma diversidade de abordagens dentro do cânone da teoria.

Nesse contexto, a semiótica (ou, mais precisamente, a tradição da semiologia francesa) toma o Cinema como linguagem e o filme como um texto dotado de contexto próprio, cuja decodificação das relações de significação que este produz faz emergir um

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Artes PPGARTES-UFPA, e-mail: gabrielsalgado500@gmail.com.

sentido. Em outras palavras, de acordo com Christian Metz (2014, p. 16), o cinema seria “um fato, e enquanto tal ele coloca problemas para a psicologia da percepção e do conhecimento, para a estética teórica, para a sociologia dos públicos, para a semiologia geral”, na medida em que “apresenta uma certa quantidade de contornos, de figuras e de estruturas estáveis, que merecem ser estudadas diretamente”.

Contudo, existem também abordagens que tomam como determinante o contexto do espectador que assiste ao filme, na medida em que espectadores atravessados por contextos diversos produziram sentidos distintos a partir de suas leituras de um filme. É este o caso da abordagem neoforalista de David Bordwell e Kristin Thompson (2013, p. 110), que toma o filme como artefato cujo sentido só pode ser construído a partir da atividade do espectador, a partir da noção de que “a atividade que desenvolvemos não pode estar na obra de arte especificamente”, uma vez que “objetos em si não executam nada”.

A partir das posições contraditórias abordadas brevemente aqui, este trabalho se propõe a abordar a análise fílmica abrangendo a complexidade e multiplicidade de contextos que atravessam a experiência fílmica, da produção da forma pelo cineasta à recepção do espectador, da experiência estética do Cinema enquanto arte às contingências linguísticas do Cinema enquanto meio de comunicação. Nosso objetivo, portanto, é tratar de um movimento de aproximação entre estas abordagens, buscando conciliar suas contradições em um modelo de análises. Para isto, partamos de um movimento similar, proposto por Roger Odin no campo de sua semiopragmática.

O MODELO SEMIOPRAGMÁTICO

A semiopragmática parte da separação dos teóricos da linguagem em duas linhas paradigmáticas opostas: uma abordagem imanentista, segundo a qual o texto configura um sistema fechado “dotado de características estruturais permanentes”, e cujo sentido de cada termo só pode ser traçado por sua relação com o próprio sistema do texto; e uma abordagem pragmatista, que considera que o texto “faz sentido apenas em relação ao contexto no qual ele é emitido e recebido” (ODIN, 2021, p. 41).

A abordagem semiopragmática é, portanto, uma via de interseção entre premissas imanentistas e pragmáticas que assume que diferentes leituras produzem textos distintos em contextos variados, mas que assume igualmente a premissa de uma crença – ilusória

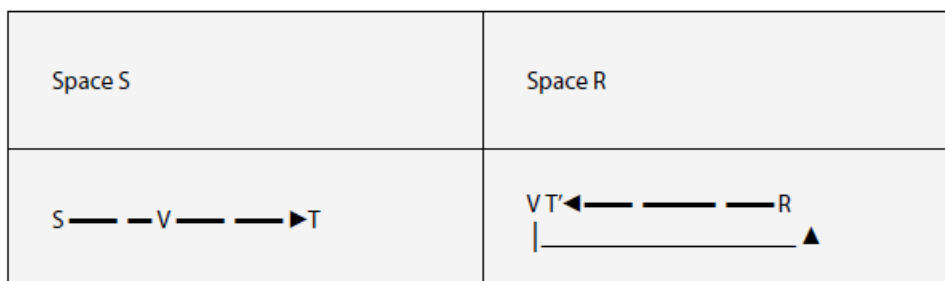
ou não – do leitor na existência de um texto dotado de significados imanentes a serem decodificados. Sobre os pressupostos da semiopragmática, Odin (2021, p. 47-48) discorre:

Por um lado, é impossível para nós não pressupor a existência do texto, designadamente a imanência: sem esta crença, a vida social seria muito difícil. Por outro lado, é igualmente impossível que não reconheçamos que, dependendo do contexto no qual é executada, a construção do texto pode ser diferente (a abordagem pragmática). (...) Não podemos falhar em reconhecer que o texto varia de acordo com o contexto, nem tampouco menosprezar o fato de que o receptor acredita em um texto que foi enviado a ele com um sentido que foi fixado, e que cabe a ele simplesmente decodificar.

Seguindo a fundamentação nestes pressupostos, Odin esboça um modelo de comunicação semiopragmática, isto é, “uma ferramenta de trabalho que faz a mediação entre a teoria e a observação”. Este modelo descarta a ideia de um percurso comunicacional da transmissão de uma mensagem, que tem sua origem em um emissor e seu fim em um receptor. Efetivamente, Odin pautava um modelo interativo que considera tanto emissor quanto receptor agentes do processo comunicacional.

Desta forma, o modelo proposto por Odin (2021, p. 49-50) - e esquematizado na figura 2 - traça uma separação radical em dois espaços distintos, um referente ao emissor (S) e outro ao receptor (R). No espaço do emissor (S), ele cria no espaço da recepção um texto (T) que é codificado em um conjunto de vibrações (V) visuais e sonoras. No espaço do receptor (R), por sua vez, este recebe e age sobre as vibrações (V), produzindo um novo texto (T') ao tentar decodificá-las. O modelo semiopragmático, analogamente à teoria neoformalista, prevê ainda que na construção do texto (T') o receptor (R) produz “hipóteses de leitura” que são testadas em (V).

Figura 1 - Espaços do emissor e do receptor



Fonte: Odin (2021, p. 50)

Transpondo este modelo para o Cinema, especificamente, tomamos as figuras de emissor (S) e receptor (R) como sendo o cineasta e o espectador, respectivamente. As vibrações (V), por sua vez, podem ser pensadas no sentido físico da palavra, como luz e som que, organizados através dos sistemas do enredo e do estilo, compõem a matéria filmica. Finalmente, os textos (T) e (T') são o que os neoformalistas conceituam como a história, de forma que (T) é o conjunto de todos os eventos da narrativa à disposição do cineasta para selecionar, enquanto (T') é o total de eventos da narrativa explicitados, inferidos ou supostos pelo espectador.

O modelo satisfaz os pressupostos discutidos acima, ao passo em que há simultaneamente um primeiro movimento imanentista, em que “o receptor (R) acredita estar diante de um texto que lhe fora comunicado”, e um segundo movimento em que “diferentes textos (T') podem ser produzidos a partir de um mesmo (V)” (ODIN, 2021, p. 50). A separação entre espaços distintos de emissão e recepção, onde se verificam os dois movimentos descritos, gera o que Odin chama de um modelo de não-comunicação: o emissor (S) codifica em vibrações (V) o que ele tem para si como o texto (T), enquanto o receptor (R) acredita haver um texto imanente a ser decodificado nas vibrações (V), mas neste processo de decodificação acaba produzindo um texto distinto (T'). Neste processo, não há um texto único através do qual flui uma mensagem.

O valor de colocar um modelo de não-comunicação como ponto de partida de nossas reflexões é claro: por causa de seu caráter radical, este modelo me força a considerar a comunicação como um problema, e não como algo que existe. Mais precisamente, o valor de um modelo assim é me forçar a tentar explicar o que pode levar (S) e (R) a se “comunicarem”, isto é, questionar como os processos através dos quais o sentido é produzido em ambos os espaços podem se aproximar tanto que (R) tenha a impressão de que (T) foi transportado de um espaço ao outro. (ODIN, 2021, p. 50)

Neste modelo, emissor e receptor não são considerados propriamente indivíduos, mas agentes do processo. O que define cada um desses agentes é “a interseção de um conjunto de condicionantes que os atravessa e os constrói” (ODIN, 2021, p. 51). Odin delimita, desta forma, o conceito de contexto como o total de condicionantes que regem a produção do sentido. Isto implica dizer que, para que o texto (T') construído no espaço do receptor se aproxime ao texto (T) gerado pelo emissor, caracterizando o processo de comunicação, é preciso que os contextos que definem emissor e receptor devem igualmente se aproximar. Segundo Odin (2021, p. 51):

Quanto mais similar forem os conjuntos de condicionantes que pesem sobre (S) e (R), de maneira mais similar (S) e (R) serão construídos, e maiores as chances de que eles produzam sentido da mesma maneira e o que eles produzam sejam similares entre si: (T') se torna mais parecido com (T). No fim, a comunicação pode acontecer porque os agentes que são produtores de sentido, (S) e (R), não são livres.

Ao afirmar que os agentes do processo comunicacional não são livres, Odin (2021) leva em consideração a existência de condicionantes naturais, universalmente compartilhados pela própria condição humana. O autor considera, dentre estes condicionantes naturais, processos automáticos que derivam da cognição humana (por exemplo, a percepção de uma sucessão suficientemente rápida de imagens estáticas como uma imagem em movimento), uma tendência a perceber e descrever o mundo através de estruturas narrativas, e uma predisposição para o uso da linguagem como mecanismo de percepção.

Por outro lado, se emissor e receptor são agentes distintos do processo, é porque Odin considera também a existência de condicionantes adquiridos através da experiência. Estes condicionantes contemplam tudo o que é culturalmente adquirido e influencia a produção do sentido, desde visões de mundo e hábitos, a relações intertextuais com outras obras. Aqui podemos tomar um conceito de *backgrounds* apresentado por Thompson (1988, p. 21), de maneira que existem “normas da experiência prévia” que guiam os espectadores no processo de formulação de hipóteses no decorrer de uma obra, e nos permitem delimitar os agentes não apenas como entidades distintas, mas cada qual localizada historicamente no processo comunicacional.

Partindo da noção que emissor e receptor são atravessados por conjuntos de condicionantes distintos, que por sua vez produzem contextos diferentes, Odin (2021, p. 68) define um espaço de comunicação nos termos de “um espaço dentro do qual o conjunto de condicionantes leva (S) e (R) a produzir sentido em um mesmo eixo de relevância”.

Dentre as formas apresentadas por Odin para a definição de um eixo de relevância, uma em particular nos aproxima novamente da teoria neoformalista: a “construção de um sistema de condicionantes externos de forma que os destinatários se comuniquem conforme pretendido” (ODIN, 2021, p. 68). Como exemplo, Odin se utiliza do papel da formação de gêneros na gerência das expectativas dos destinatários. Nesse sentido, em um movimento de articulação com os neoformalistas, podemos tomar os esquemas como um ponto de partida para a delimitação de eixos de relevância.

Uma vez estabelecido o modelo semiopragmático e conceituado o que é um espaço de comunicação, Odin esboça a tipificação de três espaços de comunicação distintos. O primeiro, um espaço discursivo, é definido como o espaço onde os agentes se utilizam de competências discursivas através de uma variedade de processos cujo objetivo é produzir um sentido (ODIN, 2021, p. 71).

Odin (2021, p. 76) descreve a operação do espaço discursivo através de modos – “construtos teóricos que visam estruturar o processo de produção de sentidos em conjuntos funcionais”. O funcionamento de um modo discursivo depende de sua estruturação em quatro níveis: as formas discursivas que este modo implementa; as relações afetivas que ele produz; que tipo de relação enunciativa e qual enunciador ele nos convida a construir; e que tipo de espaço ele constrói.

O primeiro, o modo documentarizante, característico sobretudo de filmes documentais, parte de uma construção espacial cujas principais premissas ditam que o espaço não seja fabricado de forma plástica ou abstrata, ao passo em que a enunciação neste modo é realizada através da construção de um “enunciador real que pode ser questionado em termos de identidade, modos de agir e de uma verdade” (ODIN, 2021, p. 82). Tomando por exemplo o documentário, este enunciador real surge na figura do documentarista e de quaisquer pessoas ou ideias que contribuam para a formação do discurso.

O fato que o enunciador pode ser questionado não significa que ele necessariamente o será. É comum que um enunciador real seja construído sem haja a necessidade de se ir além e se engajar em um processo de questionamento – mas o ponto principal é que isto é possível. (...) a consequência da construção de um enunciador real é que eu mesmo estou envolvido na comunicação como uma pessoa. Isto implica em um resultado positivo: que eu posso tornar clara minha discordância com o enunciador, contestar a informação que ele tem e rejeitar seus valores – tudo o que é mais difícil de fazer no caso da ficção. (ODIN, 2021, p. 83-84).

Em um nível discursivo, não há qualquer estrutura pré-estabelecida. Efetivamente, o modo documentarizante pode compreender o uso de quaisquer formas discursivas, da narrativa blocada ao discurso didático, de maneira que este modo não cria no espaço da recepção um sistema de antecipação robusto, tornando o processo de formulação de hipóteses mais imprevisível – o que caracteriza uma indefinição no nível afetivo do modo documentarizante.

Um segundo modo discursivo descrito por Odin, e que nos será útil, é o que ele denomina modo ficcionalizante. Neste modo, de forma contrária ao modo

documentarizante, em um nível espacial se prevê a construção de um mundo (a diegese). Discursivamente, o modo ficcionalizante opera a partir da forma narrativa, através da qual o nível enunciativo contempla a construção de um enunciador fictício da história e de personagens. A ficcionalização que caracteriza estes três níveis, contudo, ainda permite pensar em uma relação com o real.

Odin (2021, p. 85) rechaça o sistema de oposições constituído da relação do real com o documental e a ausência do real com a ficção. Partindo do pressuposto da ficção ser, também, uma experiência do real que articula um conhecimento do mundo em um espaço onde valores se manifestam, ele estabelece novos contornos para os níveis discursivo e enunciativo: discursivamente, na ideia de que na narrativa não apenas constitui uma história, mas também um conjunto de informações e valores atrelados a ela; e em termos da enunciação, na consideração de que há um enunciador real de informações e valores que permanece oculto por trás da ficcionalização. Desta forma, o nível afetivo funciona através de um alinhamento afetivo do receptor com as relações expressas na história, assim como com os valores que ela veicula.

Esta é a especificidade e também a força da ficção: estas informações e estes valores são transmitidos implicitamente, da seguinte forma: o receptor os inclui involuntariamente e sem sequer saber, simplesmente se interessando na história. Isto é o que motivou Louis Marin a dizer que ‘a narrativa é uma armadilha’. (ODIN, 2021, p. 85).

Os modos discursivos são descritos como estruturas nas quais os processos descritos funcionam simultaneamente. Contudo, Odin descreve ainda dois outros modos associados a espaços próprios em que os processos seguem uma estrutura sucessiva em etapas. O primeiro, o modo estético, é descrito por Odin (2021, p. 91) como “o processo através do qual um sujeito toma parte nesta aventura que é uma busca por valores estéticos”, no qual um sujeito toma parte em uma “jornada narrativa cujo objetivo é investigar valores estéticos”.

A primeira etapa do modo estético parte de um encontro entre o sujeito e um objeto, onde é estabelecido um “contrato” que firma um compromisso com a investigação estética, no qual o próprio sujeito assume o papel de enunciador. Este contrato só é possível graças a relações afetivas estabelecida entre sujeito e objeto – relações que se tornam o próprio destinatário do processo. Na segunda etapa, uma “sequência qualificante”, a nível enunciativo são dispostos os recursos adjuvantes necessários para a promoção de uma experiência estética afetiva entre sujeito e objeto.

De fato, o modo estético funciona apenas sob certas condições (ser capaz de desconectar do estresse da vida diária, ser livre para olhar em volta, e assim por diante), e requer, da parte do sujeito, certas qualidades, mesmo se ninguém realmente concorda com o que essas sejam (sensitividade, a habilidade de pensar em termos simbólicos, de imaginar, e assim por diante). (ODIN, 2021, p. 91-92).

Por fim, na terceira e última etapa, são produzidos (ou não) os valores estéticos que motivam a busca e operam em um nível afetivo e discursivo interno ao sujeito. Odin (2021, p. 93) assim define o espaço da comunicação estética, centrado na produção destes valores, da seguinte forma:

O espaço da comunicação estética regula a relação estética de seus membros com obras e com o mundo. O conteúdo dos valores estéticos (os quais, como o eixo de relevância, conferem consistência para todo espaço de comunicação estética) varia de um espaço para outro. (...) Não apenas estes valores mudam com o curso da história (existe uma história dos espaços estéticos), mas em um dado ponto da história coexistem vários espaços estéticos.

Finalmente, Odin detalha o funcionamento de um último modo, denominado artístico. Segundo o autor, a centralidade deste modo reside na inscrição de um “nome próprio” – algo como a assinatura do artista – no espaço da arte. De maneira oposta ao modo estético, o modo artístico não requer nenhuma relação afetiva, operando primariamente processos enunciativos e discursivos. Este modo produz, efetivamente, a figura de um enunciador real e individualizado, pertencente ao espaço da arte: a figura do artista associado à obra.

O modo artístico compreende um movimento de conexão em duas vias entre o objeto e o nome próprio. Por um lado, há o movimento que parte do objeto ao nome próprio, um processo de identificação de um conjunto de características através de obras que nos permitem verificar a existência de uma visão pessoal que inscreva o nome próprio do artista dentro do espaço da arte. Seguindo o outro caminho, do nome próprio ao objeto, o ponto de partida é o nome já estabelecido no espaço da arte e associado a práticas específicas, a fim de se pesquisar a alocação deste nome em determinada obra.

Portanto, o modo artístico apresenta processos ligados à rotulação entre artista e obra: é a identificação e validação de nomes próprios dentro do espaço da arte, preenchendo os nomes com conteúdo. Estes processos contemplam o campo de estudos acerca da relação entre autor e obra, que incluem estudos biográficos, da história da arte, e análises estilísticas que conectem a obra do autor (ODIN, 2021, p. 98).

POR UM MODELO SEMIOPRAGMÁTICO-INTUITIVO

Apesar do enfoque no processo de reconstrução do texto sob a perspectiva do receptor, a separação entre dois espaços de comunicação distintos, um da elaboração da obra e outro da recepção, permite fazer ainda um movimento que incorpore os processos da criação artística no modelo proposto por Odin. Desta forma, podemos recorrer à teoria estética bergsoniana proposta por Izilda Johanson (2005).

Segundo Johanson, para Bergson a criação artística se insere na problemática da apreensão do real como um processo de aproximação da realidade do movimento, portanto, da própria natureza das coisas, na medida em que “em Bergson, conhecer significa criar; que a criação artística é conhecimento da mudança, ou seja, da natureza em seu aspecto qualitativo; que se dá por meio de uma intuição” (JOHANSON, 2005, p. 36).

Logo, a intuição para Bergson é uma consciência que ultrapassa a barreira das necessidades práticas impostas pela ação, permitindo uma apreensão da natureza qualitativa do real, ou seja, de sua mudança. Segundo a leitura de Gilles Deleuze (2012, p. 21) da intuição bergsoniana, “a intuição nos leva a ultrapassar o estado da experiência em direção às condições da experiência. Mas essas condições não são gerais nem abstratas; não são mais amplas do que o condicionado; são as condições da experiência real”. Desta forma, a intuição não se trata de uma outra consciência, mas sim de uma consciência expandida, capaz de apreender a realidade para além das necessidades práticas que regulam a percepção habitual.

Essa percepção mais alargada, expandida, que atinge o extremo oposto ao da razão especulativa e que, contrariamente a esta, que só pode lidar com representações e símbolos, adere ao seu objeto e, dessa maneira, pode apreendê-lo em ato, é o que Bergson reconhecerá como sendo intuição, e é ela que está na base de todo processo criador artístico. (JOHANSON, 2005, p. 34-35).

O artista, nessa perspectiva bergsoniana, é aquele que, desatento às necessidades da vida prática, se conecta às sensações e ideias causadas pela percepção intuitiva e cria algo novo e inesperado – a obra de arte - que inspire nos outros estas mesmas sensações e ideias que o aproximem do conhecimento da realidade do movimento daquilo que o artista percebe (JOHANSON, 2005).

Apesar de carregar marcas do processo perceptivo da intuição do artista, a obra, contudo, difere da natureza na mesma medida em que a experiência estética de quem

entra em contato com a obra difere daquela do artista. Isto se dá pelo fato de que a arte não imita o real no sentido de uma representação fiel à sua natureza, de forma que “o artista não nos pode pôr diretamente em contato com o fluxo de realidade que corre por debaixo desse véu de convenções e representações tecido pelas nossas necessidades primárias de atenção à vida” (JOHANSON, 2005, p. 41).

A obra de arte, portanto, carrega consigo apenas uma sombra do real, uma imitação não de realidade, mas do percurso do artista em sua percepção intuitiva do real. Desta forma, a obra, através da sugestão, possibilita que o espectador refaça o percurso intuitivo realizado pelo artista para alcançar o que Bergson designa de sentimento do belo – “o sentimento experimentado por nós a partir desse contato com um objeto que nos desliga do mundo para o qual nossa atenção está frequentemente voltada” (JOHANSON, 2005, p. 43).

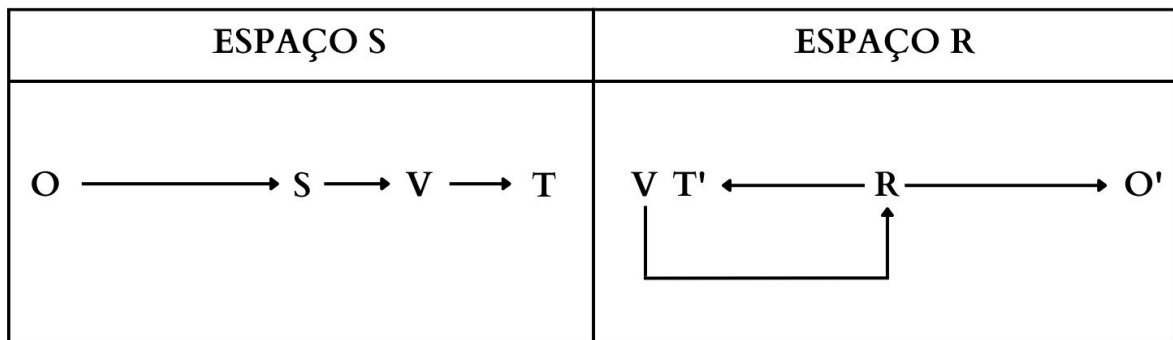
Retomando a ideia da obra dentro de um processo comunicacional segundo o modelo semiopragmático, o que Bergson agrega é a experiência estética no cerne da relação entre artista e espectador. O artista alcança uma percepção expandida do real, através da qual ele consegue organizar o objeto e percebê-lo de maneira que a percepção habitual não poderia. Ele então fabrica a obra com a finalidade de despertar no espectador uma percepção expandida que faça-o ver as qualidades percebidas pelo próprio artista. A sistematização formal da obra e a construção do texto se tornam não mais a finalidade da obra no processo comunicacional, mas veículos da comunicação de uma experiência estética.

Contudo, se a posição de Bergson toma a inscrição do processo intuitivo do artista na obra como realidade imanente, para prosseguir com uma abordagem semiopragmática devemos considerá-la como problema. Adaptando este processo de criação artística às hipóteses de Odin acerca da semiopragmática como um processo de não-comunicação, chegamos a um novo modelo que acrescenta um termo da experiência estética nos espaços do emissor e do receptor, que é o próprio objeto (O) do real que está na origem e na finalidade do processo.

Neste modelo, representado na figura 3, ainda consideramos as hipóteses da recepção, segundo as quais o receptor (R) acredita estar diante de um texto a ser decifrado (T); e o texto (T') produzido pelo espectador é tão diferente do texto (T) o quanto forem diferentes os condicionantes que atravessam e constituem (S) e (R). Entretanto, formulamos duas novas hipóteses que dizem respeito à criação da obra: na primeira,

consideramos que o emissor (S), em face à experiência de uma percepção não habitual do objeto (O), fabrica através da forma da obra (V) um texto (T) que ele acredita ser capaz de suscitar no receptor (R) a reconstrução da percepção não habitual do objeto (O'). Na segunda, consideramos que a percepção de (O') será tão diferente de (O) quanto forem os condicionantes que atravessam e produzem (R) e (S), e conseqüentemente os textos (T) e (T').

Figura 2 - Modelo semiopragmático intuitivo



Fonte: elaboração do autor (2023)

CONSIDERAÇÕES SOBRE O MODELO PARA A ANÁLISE FÍLMICA

O modelo semiopragmático-intuitivo proposto, assim como o modelo de Odin que tomamos como ponto de partida, não se propõe a constituir um método fechado, mas uma ferramenta de análise fílmica inscrita em uma abordagem que tem por princípio fundamental o reconhecimento da multiplicidade de contextos possíveis que se interrelacionam entre si tanto na produção dos sentidos de um filme, quanto na promoção de uma experiência estética.

Primeiramente, há o contexto do espectador, um conjunto de contingências diversas que atravessam diferentes espectadores, transformando-os em agentes localizados culturalmente e historicamente, e que produzem textos distintos a partir de leituras guiadas por contextos que diferem entre si.

Por outro lado, há também o contexto do cineasta, o artista igualmente atravessado por um contexto próprio que tenta comunicar na obra algo de sua experiência com o real sob o procedimento da intuição, posicionando-o como agente também historicamente e socialmente contextualizado, responsável pela fabricação da forma fílmica.

Por fim, há ainda um contexto que é particular da própria obra cinematográfica, delimitado pelo contexto da produção desta obra – as condições materiais em que esta obra é produzida, a diversidade de técnicas disponíveis ao cineasta à época de sua execução e a cristalização das formas em uma matéria fílmica finalizada.

Contudo, o que trazemos de novo ao modelo de Odin não trata de uma organização distinta do modelo comunicacional e seus agentes, mas propriamente aquilo que pode ou não ser comunicado. Ao pensar um modelo semiopragmático-intuitivo, assumimos que um filme produz não somente texto, nem tampouco é o sentido do texto necessariamente o objeto final de análise. Pelo contrário, consideramos que a formulação do texto e a experiência estética, tanto do cineasta quanto do espectador, são indissociáveis dentro da experiência fílmica.

Portanto, uma análise orientada pelo modelo semiopragmático-intuitivo que propomos é fundamentada na premissa de uma intercontextualização que abarque os contextos dos agentes de seu processo comunicacional, assim como o da própria obra. A interrelação destes contextos, neste modelo de não-comunicação, são fator determinante para o estabelecimento (ou não) de um eixo de relevância que torne possível a comunicação não apenas do texto, mas da experiência estética que o cineasta tenta comunicar ao espectador.

Desta forma, o trabalho do analista neste modelo é o de identificar estes contextos e determinar aqueles que são mais pertinentes ao estabelecimento de um eixo de relevância para a análise, sem desconsiderar a premissa fundamental do processo comunicacional como um problema a ser abordado.

REFERÊNCIAS

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema**: uma introdução. Tradução: Roberta Gregoli. Campinas: Editora da Unicamp; São Paulo: Editora da USP, 2013.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. Tradução: Luiz B. L. Orlandi. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.

JOHANSON, Izilda. **Arte e intuição**: a questão estética em Bergson. São Paulo: Associação Humanitas/FFLCH/USP; FAPESP, 2005.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. Tradução: Jean-Claude Bernadet. 2. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2014.

ODIN, Roger. **Spaces of Communication: Elements of Semio-Pragmatics**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2021.

THOMPSON, Kristin. **Breaking the glass armor: neoformalist film analysis**. Princeton: Princeton University Press, 1988.