

Clichês e Lugares-Comuns

J. Roberto Whitaker Penteadado

Numa época em que a França era uma influência maior sobre o resto do mundo do que os Estados Unidos, importamos uma palavra que permaneceu até hoje no vocabulário: clichê. No seu sentido original, o clichê era um produto da clichéria - clichérie, no francês - pequena indústria que transferia, a placas de metais, irregularidades que, impregnadas de tinta, permitiam reproduzir, quase indefinidamente, caracteres e ilustrações. No seu significado figurado o clichê passou a designar, também, algo que - aprisionado quimica e mecanicamente no metal - tornava-se imutável e repetitivo: uma imagem estacionada no tempo.

O dicionário atribui a clichê o mesmo sentido de lugar-comum, expressão que vamos encontrar, também, em diversos idiomas, como o inglês, o francês e o espanhol, além do português. Como o nome indica, é onde as pessoas vão buscar idéias conhecidas e repisadas.

Pois essas pestes costumam ser um dos maiores obstáculos às comunicações entre as pessoas. Garantidas, em suas deletérias posições por uma lei - a do menor esforço - elas fazem com que as pessoas não se deem ao trabalho de refletir, ou muito menos questionar descrições, conceitos, atitudes e opiniões.

Assim, aprendemos na escola que nosso país foi "descoberto" por europeus; que os indígenas (das Índias?) eram "indolentes" e não se submetiam à escravidão, mas que os negros, esses submetiam-se e trabalhavam e que "ordem" e "progresso" são fatores de união nacional. Mais recentemente, com a ajuda complacente da imprensa, fomos empilhando clichéria do tipo estabilidade de emprego, legislação social, menores abandonados, má distribuição de renda, bandido não tem direitos, a favela vai descer do morro, os policiais são recebidos a bala, privatizações, reformas administrativa, tributária e da previdência, fome zero, tem tudo a ver, porte de arma é crime inafiançável (seqüestro também), não estou nem aí... etc. etc.

A criação desses escaninhos mentais faz com que o percurso do pensamento, nos seus dutos corpóreos, passe sempre pelos menos lugares - e eles não se inter-liquem de forma original (uma das definições da inte-ligência).

Sei que isso é matéria mais ou menos sabida pelos leitores dessa revista, para quem marketing não é palavrão e propaganda não é mutreta. Mas esse não é o caso para a maioria dos cidadãos brasileiros que - também como se sabe - costuma definir, no regime democrático, quais serão os conteúdos e os espíritos das leis. Os legisladores - velhas raposas que são, totalmente empenhados em eternizarem-se nos seus confortáveis empregos públicos e aumentar os proveitos próprios - já perceberam que perseguir os objetivos "populares" e evitar as medidas "impopulares" rende reconhecimento e votos. E nisso, como já escrevi, são complacentemente - quando não entusiasticamente - apoiados pela imprensa, que sempre se deu bem com clichês. Nessa situação, nossas atividades profissionais não estão do lado certo, nem são politicamente corretas.

Não se trata de reclamação. Mas de simples constatação, que pode talvez ajudar a organizar melhor as nossas idéias, de forma não-convencional, e - quem sabe - eficaz.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Clichês e Lugares-Comuns. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadado**, Rio de Janeiro, out. 2003. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=360&ID=178>. Acesso em: 10 mar. 2010.