



AS CITAÇÕES EM MOVIMENTO: PROJEÇÕES DA NARRATIVA CINEMATOGRAFICA

Manoela Falcón Silveira.¹

A presença das citações literárias no filme *O Homem que Copiava* reelabora o espaço da narrativa que, ao abordar temáticas voltadas para os aspectos da cópia e do simulacro, intensamente vividos pelos sujeitos na contemporaneidade, permite-nos analisar os deslocamentos que essas citações provocam num processo de economia fílmica estruturado pelas regras do intercâmbio entre as linguagens literárias e cinematográficas. Considerando o intertexto como um indício de rasura, numa economia da escritura em que a enunciação é considerada um processo de apropriação da língua, identificamos na atividade prática do “trabalho da citação” um exercício intertextual indispensável ao processo de apropriação do discurso, ao colocar em jogo na economia da linguagem o seu caráter de propriedade construído num domínio privado.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativas, citações, literatura e cinema.

No século XVIII, quando Hegel afirma o regime jurídico da propriedade literária, fundamentado nos conceitos de posse e propriedade, deixa de fora a possibilidade e a legitimidade dos processos de apropriação, que segundo Compagnon (1996, p. 148) permanece mais próximo da verdade escrita do que a noção de propriedade, considerada por ele “uma miragem da detenção simbólica de um objeto imaginário, a escrita” e de posse como “um engodo da apreensão imaginária de um objeto bem real”. O autor reflete sobre a possibilidade do processo de apropriação, enquanto citação, afirmando que:

Não somos súditos de um rei, não estamos subjugados, que cada um abandone o estatuto de intérprete, que cada um fale, não em seu nome, mas em nome de alguém, fale de outro modo o discurso do outro. Que cada um se autorize a si mesmo: esse é o emblema da apropriação. (COMPAGNON, 1996, p. 148-149).

¹ Mestre em Literatura e Diversidade Cultural, UEFS-universidade Estadual de Feira de Santana / E-mail: manoelafalcon@hotmail.com

Partindo da noção de apropriação sugerida por Compagnon, buscaremos problematizar e verificar as funções que as citações literárias presentes no filme *O Homem que Copiava* assumem no decorrer da narrativa. Analisaremos as cenas em que elas aparecem de forma direta ou indireta usando como aporte teórico os trabalhos desenvolvidos por autores como Antoine Compagnon, Stuart Hall, Umberto Eco, Jesus Martin-Barbero, Pier Paolo Pasolini e outros que vêm na utilização da citação uma prática fundamental para a diversidade das práticas culturais na literatura e no cinema.

Ao procurarmos demonstrar as funções das citações na narrativa fílmica, não faremos sem levarmos em considerações que a citação só acontece a partir da ação, de um trabalho que a movimenta e que só posteriormente lhe atribui um sentido. Como afirma Gilles Deleuze (2001) retornando a noção de sentido desenvolvido por Nietzsche, o sentido de qualquer coisa está na força que se apropria dela, e que nela se exprime. Sendo assim, aqui, o campo das forças atuantes é que vão indicar o sentido da citação. O que ela quer dizer? Porque a imagem se apodera de outra para tentar dizer algo diferente? São estas as questões que nos interessam, pois relativizam o trabalho da citação ao produto da força promovido pelo seu deslocamento.

Se a citação implica em si mesma uma ação voltada à referência de um autor, um texto, uma pintura, um filme, enfim, ao já dito, podemos afirmar que ela subsiste num processo intenso de reescrita, exercitado, muitas vezes, pelo processo repetitivo do recorte e da colagem. Nesse processo de reescrita, precisamos considerar os conselhos de Borges para que o texto reescrito deferencie-se da cópia. Em “Pierre Menard, autor do Quixote” Borges percebe o ato de reescrita como dever do ato de citação, não se deseja uma cópia, Pierre Menard:

[...] não queria compor um outro Quixote – o que é fácil – mas o Quixote. Inútil acrescentar que ele nunca imaginou uma transcrição mecânica do original, não se propunha copiá-lo. Sua admirável ambição era reproduzir algumas páginas que coincidissem – palavra por palavra e linha por linha – com as de Miguel de Cervantes. (BORGES, 2001, p 53).

Essa escrita, enquanto reescrita, pautada no conto de Borges traduziria o que podemos considerar como o dever do ato de citação.

No filme, o próprio título traduz esse dever. Se pensarmos na função primeira do título, que é a de referência, percebemos como o título transforma-se numa citação da

narrativa fílmica ao estabelecer uma correspondência direta com o filme em sua extensão. *O Homem que Copiava* cita a profissão do protagonista da narrativa, mas não é pensado na sua unicidade, André (Lazaro Ramos) copia os textos e também as cédulas de cinquenta reais, copia os desejos e os sonhos de um adolescente que vive à margem da sociedade capitalista. A vida, enquanto simulacro, vai sendo encenada, parodiando a epígrafe trazida na capa do DVD, localizada logo abaixo do título: “A vida é original. O resto é cópia”.

Para Compagnon (1996), a epígrafe também se constitui numa citação por excelência, seria uma espécie de “quintessência da citação”, pois carrega um valor complexo ao se comportar como um símbolo, à medida que permite a relação de um discurso como outro discurso, e como um ícone ao descortinar para o leitor o caminho a ser pensado no decorrer da narrativa. A epígrafe se comportaria ao mesmo tempo como citação e simulacro, e como citação “[...] é sempre questão de discurso, de enunciação; não há citação que engaje apenas o enunciado, que se libere dos sujeitos da enunciação e que não tenha intenção de persuadir” (COMPAGNON; 1996 P. 80). Cabe-nos analisar as condições de persuasão assumidas pelas citações ao longo da narrativa fílmica. Num primeiro momento, debruçaremos sobre uma análise mais ampla, abordando a presença de alguns produtos culturais citados no filme. Em seguida, desenvolveremos dois subcapítulos que descreverá a presença da citação literária, de forma direta, na obra fílmica.

Começemos pela descrição da própria atividade que Compagnon denominou como um gosto arcaico do trabalho da citação: o recorte e a colagem. André, trabalhando como operador de fotocopiadora, utiliza as cópias imperfeitas para recortar e fazer colagens nas paredes de seu quarto. A construção de uma grande tela com imagens superpostas nas paredes do quarto de André, através da técnica de colagem (recurso *pop* por excelência), consegue projetar para o espectador uma espécie de “visão antropológica dos clichês do mundo moderno”, como analisa Hoisel:

No plano da iconografia, o *pop* representou graficamente tudo que antes era considerado insignificante, irrelevante pela arte, todos os níveis de ilustração publicitária, revistas, jornais, estrelas de cinema, ídolos políticos, etc., fazendo ainda sobressair o aspecto Kitsch dos objetos que circulam no mundo cotidiano. [...] Se a antiguidade criou seus mitos e fetiches valendo-se, com frequência, de elementos tomados do mundo natural, o homem moderno cria mitos e fetiches tomando-os de

empréstimo os elementos pré-fabricados, com frequência mecânicos, produzidos pelo homem, porém desumanizados. [...]

O repertório iconográfico do *pop* se insere num sistema de temas convencionais e postos em circulação pelo *mass media*. Os símbolos e ícones de que se utiliza podem ser agrupadas em unidades temáticas anteriores inclusive a própria obra, uma vez que eles apenas são parodiados quando da sua apropriação pelos diversos artistas. (HOISEL, 1980, p. 137).

Entre as colagens podemos visualizar diversas citações contextualizadas com a dominação cultural e mercadológica do mundo globalizado; a cópia da tela de Andy Warhol (retratos de Marilyn Monroe); gravuras da Betty Bopp; Elvys Presley; super-heróis e rostos cortados de alguns ícones do cinema norte-americano; recortes de Marlyn Monroe; recortes do papel-moeda norte-americano, gravuras de celulares, aparelhos de sons de última geração etc. Para Hoisel (1980) essa “estética da consumibilidade” proposta pela cultura *pop* não ocorre de forma acrítica e desprovida de uma postura política. A arte *pop*, ao se manifestar de forma múltipla, investe, conseqüentemente, numa arte alegórica.

A utilização do recorte e da colagem nas cenas projetadas no filme *O Homem que Copiava*, colaboram para que a imagem citada torne-se uma espécie de fórmula autônoma dentro da narrativa. Sua projeção distancia-lhe da sua função anterior, a qual será posteriormente preenchida pela junção dos fragmentos de imagens, indicando-lhe uma outra narratividade, assumindo outros sentidos, fazendo explodir o texto primeiro, deslocando-o. A análise desse exercício praticado pela linguagem cinematográfica acaba por descobrir e reter alguns fatos que a narrativa deseja interpretar.

Para o espectador, o deslocamento operado pode levá-lo ao estado de reconhecimento (de uma outra narrativa fílmica ou literária, de uma pintura ou peça teatral...) que lhe permita o encontro com uma cena que lhe seja legível. O papel da citação nesse caso seria garantir a acessibilidade e a acomodação da narrativa por parte do espectador, ou o (re)conhecimento pelo estranhamento do aparentemente conhecido, do “original”.

A função da citação na narrativa fílmica assemelhasse à literária à medida que usa o encontro do espectador/leitor com a narrativa apresentada, como indica Compagnon, ao demonstrar que o texto literário deve oferecer um ponto de acomodação para o leitor.

A citação é um elemento privilegiado da acomodação, pois ela é um lugar de reconhecimento, uma marca de leitura. É sem dúvida a razão pela qual nenhum texto, por mais subversivo que seja, renuncia a uma forma de citação. A subversão desloca as competências, confunde sua tipologia, mas não as suprime em princípio, o que significaria privar-se de toda leitura.

[...] a citação é um lugar de acomodação previamente situado no texto. Ela o integra em um conjunto ou em uma rede de textos, em uma tipologia das competências requeridas para a leitura; ela é reconhecida e não compreendida, ou reconhecida antes de ser compreendida. [...]. (COMPAGNON, 1996, p. 22)

Nesse sentido a primeira função assumida pela citação seria associada à utilização do processo fático, onde lhe caberia o papel de proporcionar, manter ou interromper a comunicação entre o sujeito leitor/espectador e a obra.

Mas o trabalho da citação é anterior à prática do recorte e da colagem, ele se dá primeiramente no processo de leitura dos objetos culturais. No caso da citação literária na obra fílmica, ela indicaria que no processo de leitura da capa do livro de Perec, o protagonista André tenha relacionado os fragmentos textuais que ficaram presos, fixados em sua memória. Nesse sentido, ele se moveria enquanto o próprio sujeito da citação.

As referências a uma cultura *pop* norte-americana nas paredes do quarto de André podem ser concebidas como resultantes dos processos interculturais e globalizadores aos quais estamos todos submetidos. O contato com objetos culturais vindos de diversas localidades globais marca a ruptura no processo de formação identitária do sujeito que passa a ser constituído de forma fragmentada, coincidindo com o próprio traço estrutural dos processos globalizadores. Canclini (2007) apresenta esse traço, de uma forma muito clara quando afirma que “o que se costuma chamar de “globalização” apresenta-se como um conjunto de processos de homogeneização e, ao mesmo tempo, de fragmentação articulada do mundo que reordenam as diferenças e as desigualdades sem suprimi-las” (CANCLINI, 2007; p. 44-45). Nesse sentido, a globalização não somente homogeneiza as subjetividades dos indivíduos, ela também aproxima, multiplica as desigualdades e as diferenças.

Quando André escolhe, as gravuras que serão recortadas e coladas na parede, o faz elegendo os objetivos através de um processo de identificação com a cultura massiva da qual é membro participativo, mas na atividade da colagem também estão presentes os processos de exclusão e diferenciação face à noção de distanciamento real

que aqueles objetos têm em sua vida. O contato com as imagens faz parte de sua relação com “os fluxos culturais” partilhados pela cultura globalizada. André, como a representação do sujeito pertencente ao atual sistema sócio-cultural, vê sua identidade ser constituída pelos atuais sistemas midiáticos interligados globalmente e orientados para uma interna vinculação do desejo dos bens de consumo.

As citações de objetos, rosto de pessoas, ou melhor, ídolos facilmente reconhecidos no mundo inteiro, fazem parte das estratégias midiáticas utilizadas como investimento no fenômeno conhecido como “homogeneização cultural”. Esse fenômeno tem sido constantemente discutido pelos teóricos culturais quando avaliam a transformação das identidades analisando a tensão estabelecida entre o “global” e o “local”. Para eles essa tensão seria sustentada pela difusão do sistema econômico fundamentado nas relações consumistas.

O teórico Stuart Hall, em *A identidade cultural na pós-modernidade*, ao analisar os efeitos da globalização sobre as identidades afirma que:

os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam – possibilidades de “identidades partilhadas” – como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo.

[...]

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicas e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribui para esse efeito de “supermercado cultural”. (HALL, 2006, p. 74).

Em *O Homem que Copiava*, as imagens que focalizam as gravuras coladas nas paredes do quarto de André, embora possam estabelecer certo vínculo com a identidade construída pela relação da vontade de consumo de objetos materiais, estaria antes, comprometida com uma crítica radical ao próprio fenômeno da “homogeneização cultural”. Na narrativa fílmica percebemos que toda descrição do protagonista (voz-off) em torno de sua profissão, das atividades diárias e da sua relação como o mundo se dá de forma fragmentária, indicando a perspectiva de uma identidade que se constrói na

diversidade cultural experimentada pelo sujeito contemporâneo. As imagens que vemos projetadas parecem endossar que:

a globalização tem, sim, o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e “fechadas” de uma cultura nacional. Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixa, unificadas ou trans-histórica. (Hall, 2006, p. 87).

Se pensarmos sobre o caráter de deslocamento das identidades a partir da interpretação do conceito de hegemonia desenvolvido por Gramsci, como evidencia Martin-Barbero (2006), veremos como o investimento dos meios de comunicação, enquanto instrumento homogeneizador de um sistema econômico globalizado, pode inverter a ideologia implícita no sistema, por conta da estrutura cultural fragmentária, inorgânica e degradada de nossa sociedade. O processo de homogeneização, para Gramsci, só aconteceria se o indivíduo conseguisse identificar nele algum interesse pessoal, nesse sentido, acredita-se que os processos de dominação social sejam efetivados com a presença dos sujeitos, não como medidas vindas apenas de um exterior.

Dessa forma, o autor desmistifica o caráter de uma crítica cultural acostumada a atribuir um super poder homogeneizador associado principalmente às produções televisivas e cinematográficas contemporâneas. Ao adotar uma configuração móvel da hegemonia enquanto processo ativo, afirma que “na medida significa aqui que não há hegemonia, mas sim que ela faz e desfaz, se refaz permanentemente num “processo vivido”, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade” (Gramsci apud Martin – Barbero, 2006 p. 112). O sujeito seria, portanto, membro participativo da construção das “pseudo” hegemonias, o que nos permite afirmar que nem todo empreendimento investido pelos “sujeitos de hegemonia” é uma garantia à reprodução do sistema.

Com as gravuras citadas no filme *O Homem que Copiava*, pode acontecer esse processo de inversão ou de “desfuncionalização” da ideologia dominante. Quando André recorta e cola as gravuras de Marilyn Moroe na parede do seu quarto, traz para a tela a encenação do processo de reconhecimento do mito. Mas em outras seqüências,

quando reflete sobre o valor atribuído a alguns bens materiais, faz uso do mesmo mito para questionar o sistema e a produção simbólica resultante dos "investimentos capitalísticos" (sic).

Esse acontecimento pode ser percebido claramente na cena em que pergunta à colega de trabalho Marinês (Luana Piovani) se antiguidade dá dinheiro.

Cena:

ANDRÉ: Marinês, antiguidade dá dinheiro?

MARINÊS: Um vestido que a Marilyn usou foi vendido por US\$ 1.267.000,00. Um novo, igualzinho, deve custar uns US\$ 500,00.

Após o comentário de Marinês, o protagonista passa a parodiar a figura do mito desenhando a caricatura de Marilyn Monroe em cédulas de dinheiro criadas por ele. Além da caricaturização da atriz, André também expõe a figura de Mao-Tsé-Tung em notas que lhe atribui o valor de \$5 Tungs, entretanto, o maior valor fica para as cédulas de \$10 Monroes.

Ao indicar o processo de reversão da lógica utilizada pela “cultura do dinheiro”, o personagem apropria-se das imagens produzidas por essa cultura e joga estrategicamente com a possibilidade de negação de seus valores. André age utilizando a tática apontada pelo crítico Martin-Barbero (2006), quando problematiza a necessidade de reconfiguração da postura sócio-cultural do sujeito, diante das tecnologias da comunicação que investem na materialização da racionalidade de *uma* certa cultura e de um “modelo global de organização do poder”. (2006, p. 259). Para este autor, uma possível saída para a reversão desse modelo seria:

[...] tomar o original importado como *energia*, potencial a ser desenvolvido a partir dos requisitos da própria cultura. Sem esquecer que às vezes a única forma de assumir ativamente o que nos é imposto será a anticonfiguração, a configuração paródica que inscreve o objeto de tal imposição num jogo que o nega como valor em si. [...] (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 259).

Apostando nessa configuração paródica, as citações utilizadas por André exemplificam a possibilidade da ativação do sentido, ressignificando o discurso

engendrado pela cultura dominante. Nesse sentido, a presença das citações no filme confirma o poder atribuído pela sua própria etimologia, *Citare*, em latim – pôr em movimento; fazer passar do repouso à ação.

Na narrativa fílmica, tanto as imagens citadas na parede do quarto de André quanto a citação de capas de livros ou fatos históricos colocam em movimento a leitura que o protagonista faz da realidade, das relações que estabelece com o cotidiano. Vemos que nesses movimentos, a narrativa em off de André encontra-se constantemente voltada à análise de sua condição de consumo, de habitação (espaço – tempo) e trabalho. A cena em que a capa do livro “*A vida, modos de usar*”, do escritor francês Georges Perec (1991) aparece sendo copiada, exemplifica a associação que o protagonista estabelece entre as lembranças das imagens experimentadas na infância e a precariedade da sua condição financeira. A citação surge quando a colega de trabalho Marinês, pensando sobre os aspectos e condições sociais do sujeito (evidencia o alpinismo social praticado por alguns indivíduos), de forma determinista afirma que:

Cena:

Marinês – Pai pobre é destino, agora marido pobre é burrice.

– Pobreza é isso: ou destino, ou burrice.

André – Pois é.

André (em off) – Destino ou burrice. No meu caso, um pouco dos dois.

– Meu Pai foi embora quando eu tinha quatro anos.

– Essa é a parte do destino.

– Eu estava vendo desenho na televisão.

Um cenário com uma casa sem as paredes... pra gente poder ver dentro.

Vi a capa de um livro que era assim.

A capa do livro “*A vida, modos de usar*”, de Georges Perec aparece como índice da lembrança do dia em que o pai saiu de casa pedindo-lhe para guardar as correspondências que chegassem para ele (a maioria delas eram cartas de cobranças e anúncios), levando-o a refletir sobre a possível interferência do fato de ter sido abandonado pelo pai ainda na infância, e a sua atual condição social.

As imagens fragmentadas do que assistiu, do que copiou no trabalho, retornam sempre à memória de André, que, à maneira do personagem “memorioso” de Borges expressa-se como “[...]o solitário e lúcido espectador de um mundo multiforme, instantâneo e quase intolerantemente preciso”. (BORGES, 2001, P. 119).

Também suspeito que como Funes não era muito capaz de pensar para esquecer as diferenças. Pois no mundo de André, tão abarrotado de imagens quanto o de Funes,

“não havia senão detalhes, quase imediatos”. Mas a necessidade de descrever os detalhes, de apreender o mundo pela associação das imagens, leva-o a narrar constantemente a sua condição de cidadão consumidor.

Na cena em que fala sobre a sua profissão visualizamos como relaciona o espaço de suas atividades cotidianas ao espaço da reflexão sobre o consumo, fundindo tudo no “locus” da desigualdade social.

Cena: André (Voz-off)

André: Eu ganho dois salários mínimos, são trezentos e dois reais por mês, duzentos e noventa com os descontos.

André caminhando na calçada.

André: Não gasto em transporte, vou a pé para a loja e não saio nunca.

Mãe de André abrindo a geladeira. Detalhe do carnê da imobiliária.

André: Minha mãe paga o super com a pensão dela, eu pago a metade do aluguel.

Planta baixa do apartamento de André. Detalhe do quarto de empregada.

André: ... dois quartos com dependência de empregada, se a gente tivesse empregada e ela conseguisse dormir de pé.

Sala do apartamento, a janela aberta.

André: Sala, vista para o prédio em frente, tudo isso por apenas...

Detalhe dos recibos.

André: ... trezentos e trinta reais, trezentos e oitenta com o condomínio.

Detalhe das contas de André.

André: Sobram cem.

Anúncio de preços de televisores numa vitrine da loja. Televisão na sala de André.

André: Pago metade da prestação da TV, quatorze polegadas, controle remoto, sessenta e quatro reais, trinta e dois é a minha parte, sobram sessenta e oito.

André tomando uma cerveja num bar.

André: Gasto com bobagens: uma revista, uma cerveja...

André desenha uma guria.

André... uma caneta.

André com o binóculo na janela.

André: Para comprar meu binóculo eu precisei economizar um ano: pentax, doze por cinquenta cpf. Não sei o que significa este cpf, sei que não tem nada a ver com aquele CPF da carteirinha, certificado de pessoa física.

A reprodução das casas comerciais, dos objetos materiais produzidos em série pela indústria, as roupas de grife, assim como as linguagens e formatos que aparecem no filme (animações, quadrinhos etc.) compõem uma narrativa que, assumindo o formato do filme comercial, também serve de “dispositivo ativador de uma competência cultural, terreno no qual a lógica mercantil e a demanda popular às vezes lutam, e às vezes negociam”. (Martin – Barbero, 2006, p. 293)

A narrativa em *O Homem que Copiava* utiliza a estratégia da repetição e do reconhecimento para que possa atingir o maior número de leitores/espectadores sociais possíveis. E as citações das obras literárias utilizadas também cumprem esse papel, elas inscrevem-se nas demandas e dispositivos de ações desenvolvidas pelo que Martin-Barbero denominou de competências culturais – para o crítico, esta competência está intimamente relacionada à regra “estética” da maior adequação possível ao gênero*, regra seguida à risca pelos textos da cultura de massa.

No filme, as representações das etapas da vida de André assumem diversos gêneros. Ao narrar as lembranças da infância vemos a narrativa sendo projetada na tela através de animações ou da produção de histórias em quadrinhos, escritas pelo protagonista; as aventuras de uma narrativa policial também invadem a tela, a velocidade das ações, o suspense e as fugas estão presentes na narrativa que se diferencia dos formatos policiais hollywoodianos pela ausência de corridas de automóveis e dos acidentes com seus grandes efeitos especiais, mas que cria, através da percepção dos diversos gêneros, uma textualidade que sempre remete a outro texto.

Assumindo essa dinâmica cultural através do uso de diversos gêneros, o filme ativa a competência cultural, possibilitando ao espectador dar conta das diferenças sociais que o atravessa, confirmando o que Martin-Barbero escreve a respeito da atuação da dinâmica cultural de televisão, que atua pelos seus gêneros: “(...) os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler dos usos” (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 300-301).

Em *O Homem que Copiava* a articulação desses gêneros aproxima o espectador da narratividade televisiva, exigindo dele a construção de uma pragmática que dê conta de um reconhecimento nessa comunidade cultural, uma vez que se encontra inserido nela. Mas na lógica assumida pelo filme, esse re-conhecer não significaria alienar-se, mas antes a interpelação através de questionamentos a cerca dos sujeitos e de suas constituições; de uma espécie de auto-avaliação das formas, de como eles se apropriam ou são apropriados pelo discurso materialista na atual sociedade globalizada.

Concordamos com Martin-Barbero (2006) quando afirma que a lógica do sistema produtivo e do sistema de consumo mediado pela produção televisiva, e aqui

* A noção de gênero aqui indica uma estratégia de comunicabilidade em que o mesmo se faz presente e analisável no texto, e não a noção literária do gênero como propriedade de um texto, ou com a redução taxonômica estruturalista.

consideramos também a cinematográfica, associam estratégias de comercialização antes mesmo de finalizados os produtos culturais, elas fazem parte do processo de criação, montagem e divulgação para que o produto possa ser colocado, de fato, no circuito cultural. Se o sistema produtivo precisa estar vinculado ao sistema de consumo, isso não indicaria, necessariamente, que as obras produzidas estariam mais comprometidas com os valores mercadológicos do que com os valores culturais.

No filme, vemos como as citações presentes na narrativa reproduzem os valores de uma cultura ocidental globalizada. As citações promovem num primeiro momento o reconhecimento entre o espectador e a imagem, para em seguida deslocar os seus significados, satirizando a lógica cultural mercadológica que lhes representa. Mas, como afirmou Compagnon (1996), esse sentido pode ser imediatamente percebido ou não, pois em se tratando de citação, é preciso que nos livremos desse desejo pelo sentido. Na citação, “a mola do trabalho não é uma paixão pelo sentido, mas pelo fenômeno, pelo working ou o playing, pelo manejo da citação. A leitura (solicitação e excitação) e a escrita (reescrita) não trabalham com o sentido: são manobras e manipulações, recortes e colagens. E se, ao final da manobra, reconhece-se nela um sentido, tanto melhor, ou tanto pior, mas já é outro problema.” O leitor não deve perceber o trabalho”: a paixão o desejo e o prazer” (COMPAGNON, 1996, p. 46).

Para além da paixão, do desejo e do prazer obtido pela análise da “teoria do jogo” fundamentada na atividade do recorte e da colagem em *O Homem que Copiava*, continuaremos nos próximos subcapítulos a tecer análises sobre essa “teoria do jogo” presente na narrativa fílmica, verificando de que forma as citações poéticas trabalham o filme e como o filme trabalha as citações poéticas.

BIBLIOGRAFIA:

BORGES, Jorge Luis. **Ficções**. Tradução de Carlos Nejar. 3 ed. São Paulo: Globo, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. **A globalização imaginada**. Tradução de Sérgio Molina. São Paulo: Iluminuras, 2007.

COMPAGNON, Antoine. **O trabalho da citação**. Tradução de Cleonice P. B. Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

DELEUZE, Gilles. **Nietzsche e a filosofia**. Lisboa: Res Editora, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOISEL, Evelina. **Supercaos: os estilhaços da cultura em PanAmérica e Nações Unidas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

PEREC, Georges. **A vida: modo de usar: romances**. Tradução de Ivo Barroso. São Paulo: Companhia das letras, 1991.