

Zelig: o olhar de Woody Allen sobre o espetáculo pós-moderno

Zelig: the Woody Allen's vision about postmodern spectacle

Vinicius Soares PINTO¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo demonstrar a relevância de analisar um produto midiático na investigação e compreensão de um determinado período histórico. Fundamentada nos Estudos Culturais, a pesquisa traz como *corpus* o filme *Zelig* (1983), do diretor norte-americano Woody Allen, como retrato da pós-modernidade. O trabalho é dividido em três partes: a primeira dedicada à revisão teórica do cinema como retrato social; a segunda focada na teoria do cinema de autor e contextualização da carreira de Woody Allen; e a última na representação do espetáculo pós-moderno no filme *Zelig*.

Palavras-chave: Cinema. Sociedade do Espetáculo. Pós-modernidade. Woody Allen. *Zelig*.

Abstract

This article aims to demonstrate the relevance of analyzing a media product research and understanding of a particular historical period. Grounded Cultural Studies, the research has as corpus the film *Zelig* (1983) of director Woody Allen as a picture of postmodernity. The work is divided into three parts: the first devoted to theoretical review of film as social picture; the second focused on auteur theory and context of Woody Allen's career; and the last in the representation of postmodern spectacle in the film *Zelig*.

Keywords: Cinema. Cultural Studies. Postmodernity. Woody Allen. *Zelig*.

¹ Mestrando de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiti do Paraná (UTP) - Curitiba. E-mail: soarespinto.vinicius.@gmail.com

Introdução

Ao começar um estudo em Comunicação, o primeiro desafio a ser enfrentado pelo pesquisador é delimitar qual será o recorte de análise a partir dos inúmeros paradigmas teóricos que a área de estudo abrange. A busca por compreender fenômenos culturais e sociais que envolvam processos comunicacionais também exige olhar crítico sobre as relações entre presente e passado, lembrando sempre de que a análise parte de um investigador localizado num agora em constantes mudanças. Nas palavras de Barbosa (2011, p.153), “o passado só existe como representação mental a partir do olhar individual daquele que o descortina. Portanto, o passado não é fixo: é materializado pelas recordações e sempre transformado pela interpretação”.

E provocado pela afirmação de Kellner (2001, p. 29) de que “os estudos culturais podem desempenhar importante papel na elucidação das alterações significativas que têm ocorrido na cultura e na sociedade de nossos dias”, este trabalho busca investigar características de determinado período histórico, a partir da análise de um produto cultural midiático e de seu realizador. No caso, o espetáculo como característica da pós-modernidade, sendo retratado no filme *Zelig* (*Zelig*, Woody Allen, 1983).

Para a realização deste estudo, a pesquisa é estruturada em três partes. A primeira através de uma revisão bibliográfica em autores como, Anne Goliot-Lété & Francis Vanoye (1994), Denis McQuail (2013), Douglas Kellner (2001) e Graeme Turner (1997), concentra-se em analisar o papel do cinema como meio capaz de ajudar na compreensão de um período histórico, a partir das sensações, crenças e angústias que permeiam o enredo de um filme. Na segunda etapa do trabalho, o foco é na apresentação do diretor Woody Allen e na caracterização do cinema de autor como elemento importante ao analisar um produto midiático, tendo como *corpus* teórico Eric Lax (2009), Marialva Barbosa (2011) e Robert Stam (2003). Por fim, na terceira parte, o espetáculo pós-moderno é brevemente caracterizado com aporte teórico em Guy Debord (1997), Stuart Hall (1999) e Zygmunt Bauman (2008); também é nesta última parte do trabalho que é realizada a análise fílmica de *Zelig*, fundamentada em Bill Nichols (2005), Christian Metz (1972) e Roland Barthes (1968), com o objetivo de mostrar

como que as características do espetáculo pós-moderno são representadas por Woody Allen.

Cinema como retrato social

Investigar um período histórico a partir de relações traçadas entre os aspectos sociais e as representações midiáticas, preocupando-se em identificar, mapear e compreender fenômenos culturais, é campo de pesquisa dos Estudos Culturais. Este termo surgiu na Universidade de Birmingham, em 1964, quando o professor Richard Hoggart funda o Centre for Contemporary Cultural Studies cujo principal eixo de observação é a relação entre a sociedade e a cultura contemporânea, analisando as práticas culturais, as instituições e as mudanças sociais.

Os estudos culturais delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam. Portanto, situar textos culturais em seu contexto social implica traçar as articulações pelas quais as sociedades produzem cultura e o modo como a cultura, por sua vez, conforma a sociedade por meio de sua influência sobre indivíduos e grupos (Kellner, 2001, p.39).

No século XX, com as significativas mudanças no modo de vida do homem urbano ocasionadas pelo avanço tecnológico e a predominância dos modos de produção capitalista, o cinema ao lado do rádio e da mídia impressa firma-se como produto de entretenimento e objeto de estudo para pesquisadores interessados em analisá-lo como meio de comunicação de massa e sua capacidade de influência midiática. Inclusive, como afirma McQuail (2013), foram o cinema, a imprensa e o rádio, os meios responsáveis para que o conceito de comunicação de massa fosse formulado nas décadas de 1920 e 1930, já que com a ampliação de um público potencial além da minoria alfabetizada, novas possibilidades de comunicação pública surgiram. Até o surgimento e a ascensão da televisão, a partir da década de 1940, o cinema pode ser considerado como o principal meio de comunicação capaz de retratar a sociedade, agindo como um termômetro das expectativas e medos sofridos pelo homem comum nas cidades que presenciavam as transformações modernas. O cinema, de acordo com Hansen (2004, p.409), é “o mais singular e expansivo horizonte discursivo no qual os

efeitos da modernidade foram refletidos, rejeitados ou negados, transmutados ou negociados”.

A partir do momento que o cinema era aperfeiçoado e se popularizava, conseguindo atrair cada vez mais espectadores e produtores, começou também a ser bastante explorado como ferramenta de comunicação de massa na transmissão de mensagens ideológicas e políticas. Como afirma McQuail (2013, p. 508), “a então nova mídia de massa de cinema, imprensa e rádio, juntamente com a música gravada, também deu origem a uma nova variante da ‘cultura popular’, à qual, muitas vezes, eram incorporadas ideologias políticas e sociais”.

O cinema, apesar de jovem quando comparado com outras artes – teatro, pintura, literatura –, passou por muitas transformações no curto período de 120 anos. Evoluiu rapidamente, acompanhando a velocidade dos avanços tecnológicos dos séculos XX e XXI, o que permitiu novas maneiras de se fazer cinema e, conseqüentemente, diferentes formas de utilizá-lo como ferramenta de comunicação, variando de acordo com a cultura e os interesses de quem se propusera a produzir filmes. Por exemplo: nos primeiros anos do cinema (fim do século XIX e início do XX), os filmes mudos em preto e branco tinham o objetivo de registrarem o cotidiano como objeto de estudo; já nos anos seguintes, os filmes foram inseridos na indústria do *show-business* como produto de entretenimento; na Segunda Guerra Mundial, utilizados por governos como propaganda política e ideológica. Ou seja, mudanças de linguagem e tecnologia para diferentes usos em um curto período de tempo.

Um filme é um produto cultural inscrito em um determinado contexto sócio-histórico. Embora o cinema usufrua de relativa autonomia como arte (com relação a outros produtos culturais como a televisão ou a imprensa), os filmes não poderiam ser isolados dos outros setores de atividade da sociedade que os produz (quer se trate da economia, quer da política, das ciências e das técnicas, que, é claro, das outras artes) (Vanoye; Goliot-Lété, 1994, p.54).

Segundo Jacques Aumont (2008), todo filme é um filme de ficção. Não importa se a câmera esteja capturando imagens de uma cidade repleta de pessoas reais, sem o uso de personagens e efeitos, este material jamais será um retrato fiel da realidade. Isso acontece porque a partir do momento que o dito real é capturado por uma câmera, o cineasta já fez escolhas de quais enquadramentos utilizar e, posteriormente, terá também

que escolher a ordem das imagens na montagem, a trilha sonora, ou seja, a realidade é transformada e manipulada por meio dessas escolhas que envolvem a produção e edição de um filme. Até mesmo os “documentários de representação social” (Nichols, 2005, p. 26) – os tradicionais filmes documentários preocupados, na maioria das vezes, em contar fatos verídicos – não são capazes de reproduzir com fidelidade o real, já que passam pelos mesmos processos de escolhas de seu realizador, como em qualquer outro filme.

Portanto, o modo como o mundo real é filmado e representado numa obra cinematográfica pode determinar significados diferentes para a realidade. "As imagens, assim como as palavras, carregam conotações. A imagem filmada de um homem terá uma dimensão denotativa – remeterá ao conceito mental de ‘homem’” (Turner, 1997, p. 53). Assim como na linguagem escrita, em que a maneira de utilizar as palavras, combinando-as com símbolos gramaticais – vírgula, acento agudo, ponto de exclamação, entre outros –, e optando por um determinado gênero literário – narrativo, lírico e dramático –, constrói significados distintos para o conteúdo do texto, na linguagem audiovisual acontece a mesma coisa. “O cinema incorpora as tecnologias e os discursos distintos da câmera, iluminação, edição, montagem do cenário e som – tudo contribuindo para o significado” (Turner, 1997, p. 56).

Para Vanoye e Goliot-Lété (1994), o cinema é uma arte que consegue a partir do campo simbólico representar pontos de vista de uma realidade, mesmo que de maneira, muitas vezes, subjetiva. Um filme pode nem sempre conseguir evidenciar de forma direta sua posição diante em determinado tema, sendo então papel do espectador crítico conseguir, por meio de uma análise fílmica, interpretar e decifrar o conjunto de intenções e significados contidos na obra cinematográfica.

[...] é possível postular que qualquer arte da representação (o cinema é uma arte da representação) gera produções simbólicas que exprimem mais ou menos diretamente, mais ou menos explicitamente, mais ou menos conscientemente, um (ou vários) ponto(s) de vista sobre o mundo real. De que tipo(s) de pontos de vista se trata (ideológico, moral, espiritual, estético)? Como se manifestam? Tais são as questões colocadas pelo analista sobre o filme, este sabendo que as respostas não se oferecerão necessariamente com toda a evidência (Vanoye; Goliot-Lété, 1994, p.61).

Independente do fato da realidade ser manipulada e transformada ao ser retratada pelo Cinema, o modo como este a representa induz possíveis caminhos de interpretação e investigação para compreender o contexto em que o filme foi produzido e, conseqüentemente, as ideias que permeavam na sociedade e nos seus realizadores. Ou seja, como afirma Vanoye e Goliot-Lété (1994, p.58), o filme não é a realidade, mas é um testemunho do real, sendo capaz de representar, regular e agir sobre os ideais e tensões presentes no seu tempo.

Portanto, sendo a obra cinematográfica um testemunho do real, carregada de significados provenientes das escolhas de seu realizador, atentar-se para a teoria do cinema de autor e para os paratextos que envolvem o diretor de cinema, torna-se essencial para o estudo que almeja uma leitura crítica de um filme nos estudos culturais.

Cinema de autor & Woody Allen

Após a I Guerra Mundial, o cinema norte-americano viveu um período de ascensão e enriquecimento dos grandes estúdios, como a Columbia Pictures, a Metro-Goldwyn-Mayer, a Universal Pictures e a Warner Bros. Produções cinematográficas grandiosas, que eram realizadas na lógica da indústria do entretenimento, começaram a ser classificadas por gêneros – comédia, drama, musical, *western* – para que pudessem satisfazer os interesses de seus respectivos públicos. Este período do cinema, marcado pelo “*studio system*” (Stam, 2003, p.104), ainda não tinha a figura do diretor como autor do filme, alguém capaz de assinar sua autoria a partir de um estilo próprio de se fazer e pensar uma obra cinematográfica.

Em 1954, o cineasta francês François Truffaut publica, na revista Cahiers du Cinéma, um artigo que se tornou responsável pelo início da teoria do cinema de autor. Em seu texto, Truffaut defendeu a necessidade do diretor conseguir expressar sua visão de mundo, seu estilo pessoal, nos filmes em que assinava. Ou seja, fazer com que a liberdade artística do diretor não fosse oprimida pelos interesses comerciais visados pelos produtores dos grandes estúdios.

Para Truffaut, o novo cinema se assemelharia a quem o realizasse, não tanto pelo conteúdo autobiográfico, mas pelo estilo, que impregna o filme com a personalidade do seu diretor. Os diretores intrinsecamente

vigorosos, afirmava a teoria do autor, exibirão no decorrer dos anos uma personalidade estilística e tematicamente reconhecível, mesmo trabalhando nos estúdios hollywoodianos (Stam, 2003, p.103-104).

André Bazin, assim como Truffaut, também apoiou o cinema autoral por acreditava que era difícil julgar o mérito de um diretor quando ele está sob as rédeas dos interesses comerciais dos grandes estúdios, afinal a enorme quantidade de dinheiro e especialização das grandes equipes de profissionais envolvidos neste modelo de produção torna quase impossível um filme ser desprezível. Ou seja, para Bazin (1957 apud Stam, 2003, p. 107), qualquer diretor mediano é capaz de fazer um bom filme quando apoiado por toda a máquina da indústria cinematográfica de Hollywood, portanto, nesta lógica de produção, perde-se o sentido autoral do diretor.

Esta nova forma de pensar e fazer filmes proposta por Truffaut e Bazin, que busca a valorização do diretor como um autor, assim como a relação de um escritor com a sua obra literária, pode ser considerada, além de uma declaração de amor pelo cinema – para Stam (2003) – também como uma resposta para quatro questões que perturbavam o cineasta francês:

(1) o menosprezo elitista do cinema por intelectuais do campo literário; (2) o preconceito iconofóbico contra o cinema como “meio visual”; (3) o debate em torno à cultura de massa que identificava o cinema como um agente de alienação política; e (4) o tradicional antiamericanismo da elite literária francesa (Stam, 2003, p.106).

Portanto, a partir da teoria do cinema de autor, a linguagem cinematográfica consegue livrar-se de dogmas e preconceitos advindos de outras artes, deixando de ser vista apenas como um produto de entretenimento das massas para também dar espaço a uma nova forma de fazer filmes. O diretor de um filme, agora o seu autor, tem a capacidade de acrescentar à obra uma identidade, um olhar próprio, ganhando o mesmo status de que um escritor, dramaturgo ou pintor.

Sendo assim, a partir do momento que o diretor de cinema ganha o status de autor, é possível afirmar que o olhar do espectador crítico volta-se mais para o modo como as histórias são contadas, do que para as narrativas propriamente ditas. "Desloca a atenção do ‘o quê’ (história, tema) para o ‘como’ (estilo, técnica), mostrando que o estilo em si apresentava reverberações pessoais, ideológicas e até mesmo metafísicas"

(Stam, 2003, p.111). Stam também afirma que foram essas mudanças no olhar sobre os filmes, que contribuíram para que o cinema conseguisse entrar nos departamentos de literatura das universidades e começasse a ganhar legitimação nos estudos acadêmicos.

É a partir desta lógica de realização cinematográfica que Woody Allen, desde o seu início como diretor – no filme *Um assaltante bem trapalhão* (1969) –, até os mais recentes, consegue impor seu estilo e sua visão de mundo.

Faço todos os meus filmes por motivos estritamente pessoais, e espero que as pessoas gostem, e sempre fico grato quando sei que gostaram. Mas se não gostam, não posso fazer nada, porque não saio para fazer um filme em busca de aceitação do público – gosto da aceitação, mas não faço pela aceitação (Allen apud Lax, 2009, p.177).

Em todos os filmes que escreve e dirige, mesmo não atuando, é fácil identificar o seu olhar nas tramas narradas. Na maioria das vezes, apesar de serem obras que almejam apenas entreter, ainda assim é possível perceber um Woody Allen sagaz em evidenciar problemas característicos de uma sociedade pós-moderna, como crises existenciais, relacionamentos efêmeros e questionamentos à legitimidade das metanarrativas. Mesmo que problematizar esses temas não seja o objetivo de sua filmografia, ainda assim seus filmes são capazes de representar de maneira subjetiva o sentimento de angústia e ansiedade que permeia a contemporaneidade. Sobre aquilo que retrata em seus filmes, Allen afirma: "São expressões e observações minhas, ou sentimento meus, mas o que se vê na tela na maior parte das vezes é totalmente inventado, só que essas invenções estão a serviço dos meus sentimentos" (Allen apud Lax, 2009, p. 402).

Entre essas expressões e observações de Allen sobre sua obra cinematográfica, o diretor ainda afirma que jamais faria um filme a favor do nazismo, por exemplo, mas produções sobre coisas que sejam de seu interesse, como a falta de sentido da vida, o horror da existência humana e a loucura da vida moderna. Desta forma, a partir do momento que Woody Allen não vê sentido algum na existência, considerando que a vida não passa de uma grande loteria, o diretor retrata com ironia e humor as grandes instituições, como a Igreja e o Estado, além da importância que as pessoas dão ao mundo das celebridades, do consumismo e aos relacionamentos amorosos. Assim, é fácil encontrar seus personagens questionando e satirizando por meio de reflexões e

diálogos os dogmas das religiões, o comportamento das estrelas do *show business*, as neuroses em torno do sexo e assim por diante.

Não tenho grande respeito pelas instituições. Realmente acho que o traço mais marcante da existência humana é a desumanidade do homem com o homem. Olhando de longe, se fôssemos observados por gente no espaço, acho que a conclusão seria essa. Não acho que eles ficariam deslumbrados com a nossa arte ou com tudo o que realizamos. Acho que ficariam de certa forma assombrados pela carnificina e pela burrice (Allen apud Lax, 2009, p.122).

É por meio desse olhar irônico e desacreditado nas metanarrativas que Woody Allen, mesmo não se classificando como um cineasta de preocupações sociais, consegue através de suas lentes evidenciar fenômenos comunicacionais e culturais da sociedade em que está inserido: a pós-moderna. Afinal, sobre a pesquisa teórica em comunicação, Barbosa (2011, p.152) afirma que “diz respeito às performances comunicacionais, de um sujeito a outro, mas também de redes de sujeitos, a interfaces entre o mundo e os sujeitos”. Ou seja, o que este trabalho tem se proposto até aqui: investigar interações e representações estabelecidas entre um cineasta, sua obra e a realidade no qual está inserido.

O espetáculo pós-moderno em *Zelig*

A partir das mudanças ocorridas no século XX, como o enfraquecimento das metanarrativas, o grande avanço tecnológico nas diferentes áreas da ciência e o capitalismo ganhando novas dimensões globais, o modo das pessoas se relacionarem com o tempo e o espaço foi transformado. Período este que é denominado por alguns teóricos como Pós-modernidade. Segundo Kellner (2001, p.28), “os novos indivíduos pós-modernos, como se afirma, terão de aprender a conviver com uma imensa fragmentação e proliferação de imagens, informações e tecnologias novas, que precisarão processar”.

O período pós-moderno é marcado por um arranjo social em que o “consumismo” é a força motora capaz de impulsionar e organizar toda uma sociedade. Indústrias e marcas, auxiliadas por ferramentas da comunicação, como o marketing e a publicidade, são responsáveis por lançarem modas e produtos que possam saciar desejos

de uma massa de pessoas que almejam adquirir, comprar e possuir algo. No entanto, ter cuidado para não confundir dois termos que apesar de muito parecidos, querem dizer coisas diferentes: “consumo” e “consumismo”. Para Bauman (2008), “consumo” é uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, enquanto “consumismo” é um atributo da sociedade; ou seja, uma sociedade consumista é aquela em que o consumo tornou-se o papel-chave, a principal ocupação, na vida das pessoas, formando assim uma sociedade de consumidores.

Desta maneira, em uma sociedade movida pelo consumismo, as mercadorias estampadas por logomarcas recebem o poder de representar quem as compram. Indivíduos de mundo global deixam de ser vistos por suas ideologias e crenças para serem reconhecidos pelas marcas escolhidas para estamparem suas roupas, carros, alimentos e o que mais for possível ser comprado e identificado através de um logotipo. “A publicidade nos ensina como nos comportar na sociedade do consumo. Ela propõe um modelo social: compro, logo sou.” (Toscani, 1996, p.168). Ou seja, é possível afirmar que na pós-modernidade as pessoas se comportam e se comunicam como se fossem mercadorias a espera de uma marca que lhes atribua identidade. Para Debord (1997, p.13), “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”.

Em 1983, Woody Allen lança *Zelig*, filme no formato de pseudocumentário – o único de sua carreira nesta linguagem cinematográfica – que consegue retratar uma sociedade ensandecida afetada pela velocidade dos meios de comunicação e a proliferação de imagens e simulacros. No filme, é narrada a história do excêntrico Leonard *Zelig*, interpretado pelo próprio diretor. A excentricidade do protagonista é devido a sua misteriosa doença que lhe permite a mimetização física e psíquica, de acordo com as pessoas com as quais se relaciona, o que lhe rende o apelido de “homem camaleão”. Ou seja, quando Leonard está ao lado de músicos, torna-se músico; ao lado de orientais, seu corpo ganha características orientais; ao lado de negros, torna-se negro; e assim por diante.

A capacidade de mimetização do personagem criado e interpretado por Allen afeta diretamente as duas atividades da “expressividade do indivíduo: a expressão transmitida e a expressão emitida” (Goffman, 1975). A primeira contempla os símbolos

verbais utilizados pelo sujeito para veicular informação; e a segunda abrange as diferentes ações corporais da pessoa que podem, ou não, validar aquilo que está sendo verbalmente transmitido. Sendo assim, sua doença lhe garante que não haverá distorção entre o que ele transmite e emite, já que corpo e mente se adaptam facilmente às diferentes normativas sociais de cada grupo com que se relaciona.

Desta forma, Leonard *Zelig*, diferente de pessoas normais, não precisa atuar diante dos outros, utilizando máscaras sociais distintas para conseguir circular e ser aceito nas diversas situações da vida cotidiana e correr o risco do corpo emitir sinais que coloquem em cheque o que verbaliza. Afinal, o homem camaleão transforma-se por inteiro à imagem e semelhança do outro e apenas interage, sem sofrimento. “Quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir” (Goffman, 1975, p. 16).

Diante de uma realidade pós-moderna, em que o avanço tecnológico permitiu o sujeito contemporâneo superar barreiras geográficas e tornar-se onipresente em diferentes lugares do mundo por meio da “cultura telânica” (Lipovetsky, 2009), potencializa-se a cobrança de saber lidar com diferentes identidades e máscaras sociais nas novas interações sociais que uma cultura global e do espetáculo tem exigido das pessoas. “Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha” (Hall, 1999, p. 75).

Ainda no pseudodocumentário de Allen, o espetáculo pós-moderno é retratado a partir do momento que Leonard *Zelig* é descoberto pela mídia, vira notícia e transforma-se em figura midiática a ser explorada pela indústria do entretenimento. Rapidamente, o homem camaleão torna-se garoto propaganda de diferentes marcas, vira tema de espetáculos, músicas, filmes, assina linha de brinquedos etc.

Suas múltiplas identidades tornam Leonard *Zelig* o melhor garoto-propaganda que os anunciantes podem almejar, afinal ele é autêntico, não precisando atuar ou representar um determinado papel. “Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade” (Debord, 1997, p. 14). A problemática levantada por Debord é sobre o desafio do sujeito contemporâneo em

reconhecer a própria identidade ao estar inserido em uma sociedade que tem os referenciais de modelo de vida estabelecidos pelas avalanches de imagens e simulacros. Ou seja, as vidas do mundo-espetáculo são constituídas pela lógica consumista e hedonista baseada em padrões de comportamento que são inatingíveis por pessoas comuns, tornando sonho e realidade num grande “supermercado cultural” (Hall, 1999).

Como dito anteriormente, Woody Allen optou por contar a história de Leonard *Zelig* a partir de uma estrutura de documentário, o que acrescenta mais uma camada de análise à obra ao investigarmos como que a forma fílmica adotada dá credibilidade às características da sociedade pós-moderna representadas. Ao contar a trajetória do homem camaleão a partir de uma estrutura de documentário de representação social – que de acordo com Bill Nichols (2005), um filme que representa de forma tangível aspectos de um mundo que já ocupamos e compartilhamos – e no modo expositivo, que também de acordo com o autor:

Esse modo agrupa fragmentos do mundo histórico numa estrutura mais retórica ou argumentativa do que estética ou poética. O modo expositivo dirige-se ao espectador diretamente, com legendas ou vozes que propõem uma perspectiva, expõem um argumento ou recontam a história (Nichols, 2005, p.142).

Woody Allen ao escolher esta estrutura fílmica, que utiliza imagens de diferentes naturezas, como entrevistas, fotos e imagens históricas reais, mesclando tudo isso com a ficção da existência de Leonard *Zelig*, consegue atribuir credibilidade e autenticidade à absurda existência do homem camaleão, por mais fantasiosa e surreal que seja uma pessoa com poder de mimetização. Ou seja, o diretor foi capaz de transformar a ausência de realidade de *Zelig* em algo verossímil, que nas palavras de Christian Metz (1972) trata-se do “se fingir de verdadeiro”.

Nos créditos iniciais do pseudocumentário, o diretor dá indícios para o espectador de que a história narrada será baseada em fatos reais. Ainda em tela preta, logo após aparecer o nome do filme, a seguinte mensagem aparece na tela: “A produção deste documentário agradece à Dra. Eudora Fletcher, Paul Dehguee e Sra. Maryll Fletcher Varney”. No entanto, essas pessoas citadas pelo diretor não existem, são fictícias, aparecem como personagens durante a narrativa, mas em nenhum momento isso fica claro para o espectador. Logo após os créditos iniciais, o filme começa

mostrando imagens históricas reais de um desfile comemorativo pelas ruas de Nova York, intercalando com depoimentos fictícios de intelectuais renomados, como a escritora e crítica de arte Susan Sontag, o crítico literário Irving Howe e o escritor Saul Bellow, que comentam sobre a importância e a estranheza que foi a vida e obra de Leonard *Zelig* para a sociedade norte-americana. A opção do diretor em começar o filme desta maneira, utilizando agradecimentos, depoimentos de pessoas renomadas e imagens históricas reais, contribui para a obra se fingir verdadeira e permite a “autenticidade do real” (Barthes, 1968), por mais falsa que seja a história narrada.

Zelig é um exemplo de obra em que a organização formal da linguagem cinematográfica atua como uma espécie de autenticação do conteúdo substancial do filme, sendo capaz de torná-lo verossímil. “A obra verossímil quer ser e quer ser tida como diretamente traduzível em termos de realidade” (Metz, 1972, p. 239). Afinal, contar a história de Leonard *Zelig* a partir de uma simples narrativa de filme ficcional, provavelmente, não provocaria o estranhamento que a linguagem do documentário causou. É a tessitura entre os discursos emitidos das imagens de diferentes naturezas – fotos e vídeos de registros históricos, depoimentos, gravações e manipulações ficcionais – durante todo o filme, que permitiu Woody Allen manipular a realidade, alterar fatos do passado e criar evidências que legitimem sua narrativa como verdadeira. Nas palavras de Roland Barthes “o discurso narrativo mais realista que se possa imaginar se desenvolve de acordo com os caminhos irrealistas” (Barthes, 1968, p. 43). Desta maneira, o exercício estético na estrutura fílmica executado por Woody Allen em *Zelig* permitiu viabilizar uma obra cinematográfica que, além de entreter, é capaz de criticar e legitimar como verdadeiro o ensandecido espetáculo que é modo de vida pós-moderno.

Considerações finais

Zelig é um importante exemplo de produto cultural que ao ser analisado com olhar atento, estabelecendo relações com o contexto no qual foi realizado, torna-se fundamental na investigação e elucidação de fenômenos culturais da nossa sociedade, como propõe os estudos culturais.

O pseudocumentário de Woody Allen tem muito de real no que diz respeito ao espetáculo pós-moderno. Seja no campo imagético e cinematográfico, permitindo

reflexões sobre o hibridismo de imagens e o recursos de efeitos especiais na composição fílmica; seja no olhar voltado às ciências sociais que pretende observar e refletir sobre o comportamento humano de um determinado período histórico.

Com humor e ironia, elementos sempre presentes na extensa obra do diretor, o excêntrico e completamente ficcional Leonard *Zelig* é apresentado ao espectador. O que de início parece ser apenas mais um personagem engraçado interpretado por Allen, aos poucos o filme vai denunciando a ausência de sentido em um modelo de vida hedonista e espetacular no qual o homem camaleão torna-se uma celebridade, um herói.

Zelig é capaz de nos lembrar o quão caro o modo de vida pós-moderno tem nos custado, exigindo diariamente do sujeito contemporâneo exercer múltiplos papéis sociais, manter-se crítico em relação à espetacularização da vida e lidar com volumes cada vez maior de informações.

Referências

ALLEN, Woody. *Zelig*. (Filme-DVD). Produção de Robert Greenhut, direção de Woody Allen. Estados Unidos, Metro-Goldwyn-Mayer Pictures Inc, 1983. 79 min. Preto e branco. Son.

AUMONT, Jacques. **A estética do filme**. 6. ed. Campinas: Papirus, 2008.

BARBOSA, Marialva. O presente e o passado como processo comunicacional. *In: Revista Matrizes*, v. 5, n.2, pp. 145-155, 2011.

BARTHES, Roland. O Efeito do Real. *In: GENETTE, G; BARTHES, R; KRISTVA, J; TODOROV, T; BREMOND, C. (Org.). Literatura e semiologia*. Petrópolis, RJ: Vozes, pp. 35-44, 1968.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HANSEN, Miriam Bratu. Estados Unidos, Paris, Alpes: Kracauer (e Benjamin) sobre o cinema e a modernidade. *In: CHARNEY; SCHWARTZ. (Org.). O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify. 2004. p. 405-450.

KELLNER, Douglas. Guerra entre teorias e estudos culturais. *In: _____, A cultura da mídia*, Bauru: EDUSC, pp. 25-74, 2001.

LAX, Eric. **Conversas com Woody Allen: seus filmes, o cinema e a filmagem**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A tela global: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

McQUAIL, Denis. Capítulo 19 - Notícia, opinião pública e comunicação política - e capítulo 20 - O futuro da comunicação de massa. In: _____. **Teorias da comunicação de massa**. 6a. ed. Porto Alegre: Penso, pp. 473-515, 2013.

METZ, Christian. **A significação do cinema**. São Paulo, SP: Perspectiva, 1972.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus, 2005.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

TOSCANI, Oliviero. **A publicidade é um cadaver que nos sorri**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas, SP: Papirus, 1994.