



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFCH  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO

# Reciclando o “lixo cultural”: uma análise sobre o consumo *trash* entre os jovens

Mayka Castellano

Rio de Janeiro, dezembro de 2006

Mayka Castellano

**Reciclando o “lixo cultural”: uma análise sobre o consumo *trash* entre os jovens**

Trabalho de conclusão de curso submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho, Doutor em Comunicação, Professor-Adjunto, ECO-UFRJ.

RIO DE JANEIRO  
Dezembro de 2006

**Título: Reciclando o “lixo cultural”: uma análise sobre o consumo *trash* entre os jovens**

Autoria: Mayka Castellano

Projeto experimental submetido à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo.

Aprovado por:

---

Orientador, Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho – UFRJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Paula Goulart – UFRJ

---

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann – UFRJ

RIO DE JANEIRO  
Dezembro de 2006

## RESUMO

CASTELLANO, Mayka. Reciclando o “lixo cultural”: uma análise sobre o consumo *trash* entre os jovens. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

Este trabalho se propõe a analisar as práticas e motivações sociais dos fãs de cultura *trash* (artefatos da indústria cultural que não atendem aos padrões morais e/ou às normas de qualidade técnica e artística dominantes). Com base em entrevistas e em conceitos e argumentações teóricas formuladas no âmbito dos Estudos Culturais, procuro investigar a busca por autenticidade e distinção social entre os consumidores de produtos identificados com o mais baixo estrato da cultura de massa. Através desta pesquisa sobre a apropriação do “lixo cultural” por parte de uma parcela da nossa população jovem, pretendo contribuir para a reflexão sobre as hierarquias do gosto e a constituição das identidades no contexto da chamada pós-modernidade.

## **Agradecimento**

**Ao professor João Freire, por ter sido “o” orientador, por me fazer acreditar desconfiando. Por ser uma fonte inesgotável de inspiração, textos, idéias e soluções.**

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida: minha mãe Norá, meu irmão Sérgio, meu avô Ítalo e minha avó Norá, meu *paidrasto* Julio, meu enteado Leo e meu amor João.

*A cidade de Leônia refaz a si própria todos os dias: a população acorda todas as manhãs em lençóis frescos, lava-se com sabonetes recém-tirados da embalagem, veste roupões novíssimos, extrai das mais avançadas geladeiras latas ainda intatas, escutando as últimas lengalengas do último modelo de rádio (...).*

*Mais do que pelas coisas que todos os dias são fabricadas vendidas compradas, a opulência de Leônia se mede pelas coisas que todos os dias são jogadas fora para dar lugar às novas. Tanto que se pergunta se a verdadeira paixão de Leônia é de fato, como dizem,, o prazer das coisas novas e diferentes, e não o ato de expelir, de afastar de si, expurgar uma impureza recorrente. O certo é que os lixeiros são acolhidos como anjos e a sua tarefa de remover os restos da existência do dia anterior é circundada de um respeito silencioso, como um tiro que inspira a devoção(...)*

*Ninguém se pergunta para onde os lixeiros levam os seus carregamentos: para fora da cidade, sem dúvida; mas todos os anos a cidade se expande e os depósitos de lixo devem recuar para mais longe; a imponência dos tributos aumenta e os impostos elevam-se, estratificam-se, estendem-se por um perímetro mais amplo.*

*Acrescente-se que, quanto mais Leônia se supera na arte de fabricar novos materiais, mais substancial torna-se o lixo, resistindo ao tempo, às intempéries, à fermentação e à combustão. É uma fortaleza de rebotalhos indestrutíveis que circunda Leônia, domina-a de todos os lados como uma cadeia de montanhas.*

*O resultado é o seguinte: quanto mais Leônia expele, mais coisas acumula (...) renovando-se todos os dias, a cidade conserva-se integralmente em sua única forma definitiva: a do lixo de ontem que se junta ao lixo de anteontem e de todos os dias e anos e lustros.*

*A imundície de Leônia pouco a pouco invadiria o mundo se o imenso depósito de lixo não fosse comprimido, do lado de lá de sua cumeeira, por depósitos de lixo de outras cidades que também repelem para longe montanhas de detritos. Talvez o mundo inteiro, além dos confins de Leônia, seja recoberto por crateras de imundície, cada uma com uma metrópole no centro em ininterrupta erupção. Os confins entre cidades desconhecidas e inimigas são bastiões infectados em que detritos de uma e de outra escoram-se reciprocamente, superam-se, misturam-se.*

*(Ítalo Calvino. As cidades invisíveis)*

# Sumário

## Introdução

### 1 – Fundamentação teórica

1.1 – A tradição moderna de crítica da cultura de massa

1.2 – A crítica pós-moderna da cultura de massa

1.3 – Sociologia do gosto

### 2 – O fã no universo acadêmico

2.1 – O receptor passivo – a crítica tradicional

2.2 – O consumidor ativo – uma mudança na percepção

### 3 – O que é *trash*?

3.1 – O *trash* como algo mal-feito

3.2 – “Coleta seletiva” – os diferentes tipos de “lixo”

3.3 – Quem é o fã de *trash*?

3.4 – Lixo caseiro: o fã como agente cultural e a importância da Internet

### 4 – Distinção no consumo de *trash*: quando adorar o lixo confere status

4.1 – A distinção pelo capital cultural

4.2 – Identidade e estilo de vida

4.3 – Pós-modernidade e capital subcultural

4.4 – O gosto pelo *trash* como forma de distinção

### 5 – O fã de cultura *trash*: dândi pós-moderno ou nerd escatológico?

### 6 – Conclusão

### 7 – Referências



## Introdução

Em maio de 2004, uma festa chamada “Terrorível” levou mais de 300 jovens a um galpão desativado na cidade de Jundiaí, São Paulo. O objetivo era reunir fãs de filmes *trash*, especialmente terror e ficção científica. Jovens estudantes de boas universidades posavam para fotos ao lado de sócias de Freddy Kruger e Jason, estrelas dos filmes *A hora do pesadelo* e *Sexta-feira 13*; muitos resolveram ir vestidos a caráter, com máscaras de personagens típicos do mundo *trash*, outros se contentaram com uma camisa estampando o gênero cinematográfico preferido. No telão, clássicos do “lixo” e algumas produções feitas pelos fãs, abrangendo desde paródias de comerciais até curtas de terror macabro. Em comum, a despreocupação com a qualidade técnica e com a performance na interpretação.

A realização de um evento como esse poderia resultar apenas em curiosidade que tende à galhofa. No entanto, existe uma determinada parcela da população, notadamente jovem, para quem o consumo de produtos *trash* não representa uma mera brincadeira de ocasião. Para essa comunidade, tal tipo de produto da mídia e sua apreciação diferenciada, calcada numa sensibilidade diferente do público em geral, configura uma importante etapa na construção do estilo de vida e, conseqüentemente, da identidade. É esse público que constitui o objeto desta monografia.

A reciclagem cultural mencionada no título consiste basicamente em se observar de que forma essa audiência empreende um processo de transformar produtos da mídia identificados com o mais baixo estrato da cultura de massa em marcas de autenticidade e de distinção cultural. Não se trata simplesmente de consumir produtos de baixa qualidade artística, e sim de consumi-los com a consciência de que são ruins, e, além disso, vendo nessa atitude algo meritório, a partir do que irão construir seus estilos de vida e marcas de diferenciação.

É a subversão do ideal tradicional de distinção. O que era prerrogativa das vanguardas estéticas e da fruição das mais eruditas formas de cultura passa a ser associado, também, ao que antes era motivo de repulsa. Se até o modernismo a exibição de status se dava através de um gosto elevado, as novas hierarquias do gosto, identificadas pelo pensamento pós-moderno, possibilitam que um determinado público busque no consumo do “lixo cultural” uma forma de diferenciação no interior de determinados segmentos da população.

Essa situação torna-se possível hoje graças às novas formas como se configuram as hierarquias do gosto, onde posições antes fixas, tornam-se fluidas e os limites entre alta e baixa cultura ficam cada vez menos identificáveis. No entanto, acreditar que a mudança de

percepção resultou numa quebra total das hierarquias e classificações constitui um erro grave (FEATHERSTONE, 1997b).

De maneira mais específica, meu objeto de análise são as práticas e motivações sociais do fã de cultura *trash*. Este termo pode ser identificado em vários domínios culturais: músicas, programas de televisão, artistas e filmes podem ser qualificados como *trash*. Normalmente, muitos deles são associados a termos como *brega* e *cafona*, ou tornam-se engraçados através de uma peculiaridade, normalmente associada à má-qualidade técnica ou à discrepância das normas do bom gosto.

Assim, são identificados pelo senso comum como *trash* os cantores Falcão, Gretchen, Gizele Madoninha<sup>1</sup>, os programas de televisão de Ratinho e João Kléber, a novela mexicana *Betty a feia*, os filmes *Sexta-Feira 13*, *Plan 9 from outer space*<sup>2</sup> e *Cinderela baiana* (estrelado por Carla Perez). Um produto pode ser considerado *trash* devido ao seu amadorismo, que normalmente acarreta falhas técnicas, ou ao fato de ser considerado “horrível”, o que passa por um julgamento estético pessoal. A questão fundamental é que o consumo seja feito tendo-se a percepção de que o que está em jogo é um produto de “mau gosto”. Ou seja, não pode ser algo que corresponda à fruição feita pelo público *mainstream*.

Como o objeto de minha pesquisa envolve especificamente produções audiovisuais, aqui o termo aparecerá associado a filmes de baixo orçamento, com produções, direções e atuações que, na maioria dos casos, não atendem aos padrões e normas de qualidade técnica, artística e valores morais. No início, eram realizados de maneira séria e o humor que provocavam era involuntário. Esta é uma questão problemática na produção atual desse gênero. Hoje, a maioria dos filmes *trash* são conduzidos por essa estética de maneira consciente<sup>3</sup>, e para isso contribui, de maneira fundamental, a mudança do papel do fã, que ao produzir seus próprios filmes, passa à condição de produtor cultural. (JANCOVICH, 2002; SCONCE, 1995).

Muitas vezes, o *trash* aparece associado ao conceito de *cult*, que apresenta uma definição ainda mais nebulosa. Este termo aparece com frequência na mídia, porém, seus usos

---

1 Gizele Madoninha é uma cantora capixaba que resolveu gravar versões em português para os sucessos de Madonna. As músicas, no entanto, foram traduzidas literalmente e gravadas sobre melodias de karaokê. Disponibilizadas pela Internet, rapidamente se espalharam pelo Brasil, e Gizele chegou a participar de programas de TV e de rádio. Na Internet, existem sites e comunidades do Orkut reverenciando-a, sempre com o discurso de que as músicas são tão inacreditavelmente ruins, que são boas.

2 *Plan 9 from outer space* é citado pelos fãs como o clássico exemplo de filme *trash*. Filmada em 1956 e dirigida por Ed Wood, considerado o “pior diretor de todos os tempos”, a ficção científica conta a história de um plano desenvolvido por alienígenas com o objetivo de evitar que todo o sistema solar fosse destruído por uma bomba.

3 Apesar disso, ainda podem ser encontrados filmes que provocam o humor involuntariamente. *Cinderela baiana*, protagonizado pela ex-dançarina de axé Carla Perez, é um exemplo disso. Produzido para ser uma cinebiografia, o filme passou a ser apreciado pelos fãs de *trash*.

são bastante variados e muitas vezes contraditórios. Normalmente, o senso comum associa *cult* a uma atitude de consumo cultural elevado, associado à acessibilidade restrita. Um exemplo claro é associação feita entre cinema de arte e cinema *cult*.

Neste projeto, no entanto, utilizo o conceito ligado à necessidade de se construir e proteger um senso de raridade e exclusividade não através de um gosto cultural elevado, mas através da reinterpretação do gosto, que passa pelo kitsch e pela sensibilidade *camp*<sup>4</sup>. Ou seja, nesta pesquisa, *cult* está diretamente associado ao ato de se cultuar a estética *trash*<sup>5</sup> (SCONCE, 1995; SONTAG, 1987).

Deste modo, amplio a idéia de distinção baseada no conceito de capital cultural, cunhado por Bourdieu, associando-o principalmente à noção de capital subcultural, formulado por Thornton, que seria a competência e o conhecimento acumulados no uso dos códigos de uma subcultura, familiaridade com os estilos e gêneros valorizados internamente no grupo e que conferem prestígio a quem sabe manejá-los (BOURDIEU, 1997; FREIRE FILHO, 2005a; THORNTON, 1995).

O *trash*, de uma maneira geral, é associado a um produto “tosco”, o que de acordo com o dicionário *Aurélio* significa tanto produto malfeito, ou não lapidado, quanto inculto. Curiosamente, se levarmos em conta as definições do senso comum, *trash* e *cult* apareceriam como antônimos e não associados, conforme os utilizei na pesquisa (JANCOVICH, 2002; SCONCE, 1995; SONTAG, 1987).

Grande parte dos estudos sobre capital subcultural desenvolvidos nos Estados Unidos cria uma associação entre esses dois conceitos, e o principal objeto estudado são os filmes *trash*, cultuados por expressivas comunidades de fãs naquele país<sup>6</sup>. No Brasil, o gênero ganhou maior destaque nos anos 1980, com a popularização dos aparelhos de videocassete, que permitiram uma apreciação mais detalhada dos filmes. Tornou-se possível também, a criação de grupos de aficionados que promoviam sessões de exibição. Tais grupos eram normalmente ligados a colecionadores e locadoras de vídeo especializadas.

A disseminação da Internet se configura como outro marco importante. Hoje, os fãs de *trash* contam com uma enorme quantidade de *websites* dedicados ao assunto. Na maioria deles, há fóruns de discussão, onde além de informações, são trocados e comercializados

---

<sup>4</sup> Sensibilidade diferenciada, através da qual o mundo passa a ser visto, onde a estetização, o estilo, o exagero e o artifício são supervalorizados, em um “hedonismo audacioso que sucede ao bom gosto” (FREIRE FILHO, 2003; SONTAG, 1987).

<sup>5</sup> Muitos autores preferem distinguir o conceito de paracinema de *camp*. Porém, a maioria dos exemplos de filmes *trash* podem ser vistos através da sensibilidade *camp* (SCONCE, 1995: 372).

<sup>6</sup> Nos Estados Unidos, a rede de locadoras Blockbuster chegou a criar uma sessão especial dedicada a filmes *trash*, ou, como ela denomina, *paracinema* (SCONCE, 1995).

vídeos. Com a expansão da mídia digital, filmes raros que eram restritos a poucos colecionadores passam a estar disponíveis através de sites como “YouTube” e “Google Vídeos”<sup>7</sup>.

Nesta pesquisa, aproximo a idéia de *trash* à expressão *paracinema* usada por Sconce. Para o autor, *paracinema* não é apenas um grupo distinto de filme, mas acima de tudo uma forma específica de leitura de determinadas produções audiovisuais, uma sensibilidade anti-estética e subcultural, que valoriza todo o tipo de “lixo”, ou seja, filmes que rejeitam ou ignoram a cultura legítima do ponto de vista da crítica cinematográfica. Este conceito não é relacionado a nenhum gênero específico, podendo abranger tanto um filme de terror ou de ficção científica (exemplos clássicos de *trash*), quanto uma campanha governamental de higiene, um filme caseiro sobre três amigos e um pornô sadomasoquista (SCONCE, 1995).

Assim, a pesquisa que proponho tem como objetivo analisar a recepção de produtos identificados com a mais baixa camada da cultura de massa. Com isso, poderia cair no erro de, ao me afastar do discurso de desdém dedicado pela academia a este tema, apresentar uma postura acrítica sobre as relações de poder que estão aí implicadas. Esta posição, porém, está descarta desde o princípio.

Longe de propor uma celebração do consumo *trash*, é justamente através de uma análise crítica que desenvolvo esta pesquisa. Levando em consideração a disputa por significados no interior das audiências, analiso até que ponto as identidades individuais e sociais são moldadas de acordo com a preferência cultural por esses produtos considerados de baixa qualidade artística. Para isto, é preciso investigar até que ponto a subversão das hierarquias identificada por alguns teóricos da pós-modernidade serve de contexto para a utilização do capital subcultural.

A partir do referencial empírico e com o apoio da bibliografia pertinente, este trabalho se propõe a elucidar, de uma maneira geral, as seguintes questões: de que maneira uma pessoa é atraída para o consumo de produtos *trash*? Como esse consumo se reflete em outras esferas de sua vida? A atração por filmes *trash* é acompanhada pelo consumo de outros artigos alinhados com esta estética, como programas de televisão, músicas e objetos? As relações com amigos e familiares são influenciadas por este tipo de posicionamento diante da cultura de massa? Como os fãs reagem à crítica por parte das pessoas que não compartilham a mesma sensibilidade em relação ao lixo cultural? É possível se restringir esse consumo somente ao

---

<sup>7</sup> [www.youtube.com](http://www.youtube.com) e <http://video.google.com>

público jovem? Até que ponto o discurso subcultural se verifica na prática cotidiana do fã? De que maneira essas pessoas enxergam o público *mainstream* da cultura de massa?

Essas e outras indagações serviram de guia durante todo o processo de pesquisa, que tem como problema central investigar as implicações sociais de um consumo diferenciado de produtos da cultura da mídia. Assim, pretendo analisar de que maneira a distinção cultural pode ser criada a partir da apreciação dos produtos *trash*, ou seja, entender a lógica da circulação do capital subcultural. Além de pesquisar como as identidades individuais podem ser construídas e reconstruídas a partir de diferentes relações com produtos da mídia, como a nova configuração das hierarquias do gosto no arranjo social pós-moderno pode alterar esta questão e entender como se dá a construção dos discursos a respeito de produtos *trash* pela audiência aficionada e suas possíveis contradições.

Meu interesse pessoal pela questão das sensibilidades estéticas, do kitsch, do camp e das estruturas do gosto surgiu quando entrei em contato com a bibliografia básica sobre esses temas, na disciplina Teoria da Comunicação III, ministrada pelo professor João Freire Filho.

Durante as pesquisas preliminares, constatei a pequena quantidade de material teórico produzido no Brasil a respeito de conceitos como *cult* e cultura *trash*, apesar da familiaridade com que os termos são usados por um determinado público e a frequência com que os peritos do gosto da mídia os empregam. A maioria dos estudos sobre recepção amparada nestes conceitos é realizada nos Estados Unidos. Por isso, torna-se difícil situarmos a questão dentro da realidade social em que ela está inserida e creio que um estudo sobre audiências só pode fazer sentido se for contextualizado.

Acredito que um estudo sobre audiência focado na questão do *trash* pode trazer interessantes contribuições para a compreensão da lógica do consumo cultural na contemporaneidade, onde as táticas de distinção social aparecem camufladas pelas confusões teóricas causadas pelo propalado pós-modernismo. A ênfase na recepção se justifica uma vez que é cada vez mais citada a importância de uma *produção no uso*, ou seja, é cada vez mais no modo de consumo (onde o sujeito é o público) e não no produto propriamente dito (fruto da ação de um produtor) que reside o critério de distinção.

A metodologia utilizada foi constituída de duas etapas concomitantes. A primeira consistiu na leitura da bibliografia pertinente, que, como será explicitado no item referente ao quadro teórico, contou com fundamentos da crítica da cultura de massa, da crítica pós-moderna, das teorias da cultura de consumo, dos estudos sobre fãs e da Sociologia do Gosto.

Na segunda etapa, a fim de analisar de que forma as questões referentes ao consumo de produtos *trash* aparecem refletidas na vivência cotidiana dos fãs, e de que forma suas

identidades são construídas, tendo como parte fundamental o apreço pelo tipo de cultura de massa identificado como “lixo cultural”, optei pela prática metodológica de entrevistas individuais em profundidade.

Ao longo desta pesquisa, foram entrevistadas por e-mail 19 pessoas. A partir deste primeiro contato, nove foram selecionadas e posteriormente entrevistadas por telefone ou pessoalmente. Como os assuntos abordados foram muito variados, e como muitas vezes aparecem associados a questões teóricas distintas, optei por apresentar as contribuições dadas pelos fãs ao longo da pesquisa, de acordo com o assunto abordado no tópico.

A partir do que foi argumentado, apresento a estrutura do projeto **Reciclando o “lixo cultural”**: uma análise sobre o consumo *trash* entre os jovens:

No primeiro capítulo, apresento o quadro de referência teórica a partir do qual construo minha argumentação. Como meu objeto de análise se insere no contexto da crítica pós-moderna da cultura de massa, empreendi um aprofundamento teórico sobre as origens da moderna crítica da mídia, influenciada pelos estudos da Escola de Frankfurt, e sobre a mudança de perspectiva proposta por pensadores pós-modernos, tendência que ganhou ainda maior importância com o advento dos Estudos Culturais. Ao estudar a crítica da cultura de massa, no entanto, tenho como foco principal a relação entre consumo, gosto e estilo de vida, daí a importância de conceitos-chave como o kitsch e o camp.

Além disso, apresento algumas contribuições fundamentais sobre a questão do gosto, parte de grande relevância para esta monografia. Assim, a Sociologia do Gosto proposta por Bourdieu e a adaptação de seus conceitos para a contemporaneidade desenvolvida por autores como Thornton, Jenson e Sandvoss foram de grande valia para a estruturação de minha análise (JENSON, 2001; SANDVOSS, 2005; THORNTON, 1995).

No segundo capítulo, construo um breve panorama sobre a forma com que o fã foi caracterizado ao longo dos estudos sobre a cultura de massa. Se, no contexto da crítica moderna, o público era visto, de uma maneira geral, como uma massa passiva, a representação do fã ganhava contornos patológicos, e este era encarado como o Outro problemático, maior vítima de todos os artifícios pelos quais a indústria cultural mantinha seu domínio.

Os Estudos Culturais, principalmente britânicos e norte-americanos, empreenderam uma absolvição do fã, que passa a ser considerado um consumidor criativo, capaz de perceber as relações de poder implicadas no mercado cultural. Além disso, suas motivações sociais e seu papel como agente de cultura passam a configurar como interessantes objetos de estudos e análises dentro da academia.

No terceiro capítulo, exponho de forma mais detalhada o objeto desta pesquisa. Para tornar possível a compreensão de quem são os fãs de cultura *trash*, apresento, em primeiro lugar, uma descrição do que entendo por cultura *trash*. Assim, proponho uma identificação entre cinema *trash* e paracinema e indico os principais gêneros relacionados à temática.

Examino a produção de *trash* por parte dos fãs, que passam a configurar como importantes agentes culturais. Para isso, menciono a importância da mídia digital, que permitiu o barateamento dos custos de produção audiovisual, além da influência da Internet, principal forma de contato, troca de informações e filmes entre os fãs.

O quarto capítulo é dedicado a um tema fundamental para esta pesquisa: a distinção. Nele, faço uma análise sobre o ideal de distinção, relacionando-o com o início da Modernidade e com questões como identidade e estilo de vida. Analiso, também, o uso do capital cultural e do subcultural principalmente dentro do contexto da chamada pós-modernidade. Assim, investigo de que forma o apreço por produtos identificados como lixo cultural pode ser sinônimo de status dentro de determinados grupos, de que maneira os fãs procuram se diferenciar do público mainstream, e de que modo aparece na prática a busca por autenticidade e distinção.

No quinto capítulo, empreendo a tarefa de apresentar os dois principais estereótipos associados à comunidade de fãs do “lixo cultural”, propondo certas diferenciações e indicando contradições e disputas no interior de um grupo de consumidores atravessados a todo o momento pelos dilemas do gosto.

Finalmente, no sexto capítulo, ofereço uma conclusão a partir de considerações finais a respeito dos temas abordados ao longo da pesquisa, destacando a relevância dos estudos sobre consumo jovem e distinção cultural para o campo da Comunicação Social.

## 1 – Quadro de referência teórica

Não existe uma vasta fundamentação teórica a respeito da cultura *trash*, principalmente no Brasil, onde estudos acadêmicos no sentido de entender as novas manifestações de consumo cultural jovem ainda são incipientes. Por isso, aproprio-me do estudo feito sobre elementos da cultura de consumo associados à questão do gosto como forma de abalizar teoricamente esta pesquisa.

O *trash* é intimamente ligado a um julgamento de gosto. Na maioria dos casos, o *trash* é associado a um produto de mau gosto, assim, me parece clara uma associação entre este tipo de objeto e o kitsch. Da mesma forma, ao propor um olhar sobre o consumo diferenciado, que valoriza os aspectos negativos e, até mesmo, oferece um ponto de vista cômico sobre o que é ruim, a sensibilidade *camp* também me ajuda a traçar um caminho teórico no sentido de entender as motivações pessoais que justificam o apego ao que é considerado “lixo cultural”.

### 1.1 – A tradição moderna de crítica da cultura de massa

A teoria desenvolvida pela Escola de Frankfurt e textos seminais sobre a relação entre kitsch e cultura de massa, apresentados por autores como Umberto Eco (1976) e Clement Greenberg (2001), formaram a base teórica para o estudo da moderna crítica da cultura de massa, a qual foram acrescidas contribuições de autores contemporâneos que se dedicam a essas questões.

Apesar de me distanciar do posicionamento da Escola de Frankfurt – que tende a ver o público como uma massa passiva –, é inegável que o trabalho apresentado por seus teóricos fornece instrumentos fundamentais ao embasamento de uma análise da cultura da mídia. Para isso, parece-me necessária uma contextualização da crítica desenvolvida por autores como Adorno e Horkheimer.

Historicamente, a Modernidade avançava pautada no capitalismo como sistema econômico e na urbanização como fruto de um êxodo rural crescente – devido tanto à atração exercida pelas novas e sedutoras cidades industriais, como pelo empobrecimento verificado nas áreas de atividade agrícola. A consolidação dos Estados-Nação como forma de organização político-administrativa dava contornos oficiais ao processo de dismantelamento das comunidades pré-modernas, as populações que chegavam de diferentes lugares em direção às cidades formavam agora uma só massa (GIDDENS, 2002).



A massa inicialmente se coadunava com o conceito de povo, necessário à construção da idéia de Nação. Se não existiam mais as comunidades tradicionais, os novos Estados deveriam se esforçar no sentido de criar “comunidades imaginadas”, que conseguissem unir, pelo nacionalismo, os habitantes desta nova forma de configuração do espaço (GIDDENS, 2002; HALL, 2003).

No entanto, aos poucos, industrialização e urbanização começavam a não atender às expectativas criadas na população, e o que se via eram hordas errantes, vítimas do desemprego e da fome, que durante o dia mendigavam e cometiam furtos, e à noite se abrigavam sob fétidos cortiços, de onde atentavam contra a “moral e os bons costumes”, devido à falta de higiene e a forma vulgar como apresentavam seus corpos. Começava a se desenvolver, então, o medo nas elites de que essas massas, conduzidas por algum tipo de liderança, pudessem criar um caos social, um questionamento da *ordem* (GIDDENS, 2002).

Se até a Modernidade o povo era unido, dentro de determinadas localidades, pelo compartilhamento de crenças, valores e tradições, os indivíduos pertencentes à massa tinham em comum apenas o fato de estarem fisicamente próximos e unidos pela miséria. O não-compartilhamento de um mesmo imaginário transformava pretensos semelhantes em totais desconhecidos. Ao desaparecerem as individualidades, surgia a massa sem rostos, sem expressão, amorfa. É contra essa massa que iriam se debater os críticos dos efeitos desagregadores da nova configuração das sociedades ocidentais.

Paralelamente, os meio de comunicação iam se desenvolvendo e as indústrias percebiam a existência de uma nova população que estava excluída do meio cultural por não pertencer a nenhuma vanguarda estética. É em busca dessa nova demanda que se desenvolvem as novas formas de produção cultural. Os críticos modernistas alinhados ao pensamento produzido na Escola de Frankfurt enxergaram nesse momento o início de um mal que durante muito tempo seria a grande preocupação dos defensores da “pureza” da arte: a cultura de massa (GREENBERG, 2001; HUYSSSEN, 1996).

Na introdução do livro *Memórias do Modernismo*, Huyssen discorre sobre a existência do Grande Divisor, que seria a barreira assumida como necessária e intransponível que separaria a cultura superior da cultura de massa nas sociedades capitalistas modernas. Para o autor, Adorno seria o grande teórico desta fronteira, o que pode ser notado nos trabalhos desenvolvidos por ele, na década de 1930, sobre música, literatura e cinema. Ao mesmo tempo, Greenberg articulava uma visão similar para desenvolver a história da pintura modernista, o que era extremamente válido, pois “os dois tinham bons motivos, naquele tempo, para insistir na separação categórica entre a alta arte e a cultura de massa. O impulso

político por trás de seus trabalhos era o de salvar a dignidade e a autonomia da obra de arte das pressões totalitárias dos espetáculos de massa fascistas, do realismo socialista e de uma degradação cada vez maior da cultura de massa comercial no Ocidente” (HUYSSSEN, 1996:11).

Sendo assim, surge o termo indústria cultural para denominar esse tipo de cultura produzido em série e de forma padronizada. A imagem negativa deste tipo de produção e mesmo da própria massa é reforçada durante as décadas de 1920 e 1930 com a ascensão do nazi-fascismo, embalado em grande parte pelo uso dos mecanismos disponíveis de comunicação em massa. O melhor a ser feito, então, era ser diferente dessa massa, não integrá-la, objetivo final de todas as formas de distinção cultural verificadas até hoje.

Desde meados do século XIX, a modernidade vinha se caracterizando por uma relação volátil entre alta e baixa cultura. Ao mesmo tempo em que existia o medo da "contaminação" da arte de qualidade, era impossível negar nesse "outro" um alto poder de sedução. A cultura de massa se mostrava, então, cada vez mais consumista e envolvente; a insistência do modernismo na autonomia da obra de arte e a hostilidade com que lidava com essa nova cultura contribuíram para que houvesse um distanciamento entre arte e cotidiano. É justamente nesse vácuo deixado pelo modernismo que o kitsch vai se instalar (HUYSSSEN, 1996).

Como fica claro, um dos temas centrais na tradição moderna da crítica da cultura de massa é o kitsch. Apesar das divergências sobre sua origem etimológica, a popularização do termo só aconteceu na década de 1930, quando este apareceu, não por acaso, nas obras de teóricos como Greenberg, que identifica nesse contexto o surgimento do kitsch, que para o autor seria sinônimo de cultura de massa<sup>8</sup>:

Os camponeses, que se instalaram nas cidades como proletariado, e os pequenos burgueses aprenderam a ler e escrever por amor da eficiência, mas não conquistaram o lazer e o conforto necessários ao gozo da cultura tradicional da cidade. Perdendo, contudo, o seu gosto pela cultura folclórica, cujo pano de fundo era o interior, e descobrindo, ao mesmo tempo, uma nova capacidade de tédio, as novas massas urbanas pressionaram a sociedade para que esta lhes fornecesse uma

---

<sup>8</sup> Apesar de Greenberg associar o kitsch à cultura de massa, ele identifica no midcult o verdadeiro problema, como fica claro na entrevista à Arts Magazine, cinquenta anos depois da publicação de seu histórico artigo "Vanguarda e Kitsch": "I think that's a misunderstanding. The piece has been seen as describing a struggle between the avant-garde and kitsch, but it wasn't. It's the struggle between the avant-garde and the middle-brown, what Dwight McDonald called "midcult" (GREENBERG, 1989).

espécie de cultura adequada ao seu consumo. A fim de ocorrer à demanda do novo mercado, inventou-se uma nova mercadoria: a cultura ersatz, o kitsch, destinada aos que, insensíveis aos valores da cultura autêntica, têm, contudo, fome da diversão que só um tipo qualquer de cultura pode proporcionar (GREENBERG, 2001).

Para Greenberg (2001), o ponto crucial do entendimento do kitsch é sua relação com as vanguardas estéticas. Nesse sentido, devemos entendê-lo como uma consequência do êxodo rural e da modernização da sociedade. O kitsch aparece como um fenômeno marcadamente urbano, que será realizado pela parcela da população que não está engajada em nenhum movimento de vanguarda.

Aparentemente, o kitsch aparece na obra de Greenberg como sinônimo de cultura de massa, como uma produção cultural que não tem nenhum compromisso a não ser com o lucro e com a propagação para um público cada vez maior. Porém, o autor vai ao encontro de Eco no sentido em que identifica no *midcult* o problema da cultura de massa. O kitsch seria então associado ao tipo de produto que, apesar de ser mais um artifício da indústria cultural, tenta se passar por alta cultura. Esse é o principal problema encontrado no kitsch, enquanto *midcult*, a tentativa de se passar por arte (ECO, 1976; GREENBERG, 2001).

Para Eco (1976), por exemplo, não há problema na divulgação de produtos cujos objetivos sejam apenas o entretenimento ou o estímulo de alguns efeitos fundamentais como o riso e o patético. O problema reside no momento em que produtos deste tipo tentam se passar por arte, quando são vendidos ou consumidos desta forma. O autor entende o conceito como uma produção cultural cuja intenção básica é provocar um efeito pré-fabricado no receptor.

A divisão entre três graus de kitsch, desenvolvida por Celeste Olalquiaga no livro *Megalópolis: sensibilidades culturais contemporâneas*, é de grande valia no desenvolvimento de minha argumentação. A autora propõe a diferenciação baseada principalmente nos ícones kitsch religiosos, mas aqui proponho uma leitura mais abrangente desta questão (1998).

O kitsch de primeiro grau é a maneira com que o tema é tratado na maioria dos trabalhos teóricos sobre o assunto. Neste, a representação se baseia num referente indexado, onde a relação entre o objeto e o usuário se dá de maneira imediata, que se constitui em uma crença genuína marcada pela emoção, ingenuidade e manutenção do valor de uso (SANTOS, 1998).

O kitsch de segundo grau, também chamado de neokitsch, tem na iconicidade seu valor central. Sua principal diferença para o de primeiro grau é que aqui acaba a distinção

entre realidade e representação, pois a representação torna-se o único referente possível. Além disto, perde-se o valor de uso. Mais próximo ao conceito de *camp*, e diretamente vinculado às indústrias culturais, é o kitsch de segundo grau que mais me interessa no desenvolvimento desta pesquisa (SANTOS, 1998).

O kitsch de terceiro grau aparece estreitamente ligado à questão estética, onde primeiro e segundo graus são canibalizados em uma rendição do kitsch como arte. Ao trazer de volta uma experiência estética que transcende o objeto, o terceiro grau é marcado pela figurativo e pela saturação visual (SANTOS, 1998).

Alguns autores como Abraham Moles enxergam no kitsch um tipo de arte que é, ao mesmo tempo, bem e mal executado: bem no sentido em que sua realização é cuidadosa e há uma preocupação com o acabamento, mal em relação à concepção, que é sempre distorcida. Nesse sentido, a arte kitsch substitui o puro pelo impuro, ao ser associada diretamente à “estética do consumo” e ao exagero decorativo. O kitsch seria então, uma nova relação do homem com os objetos, em que a arte se torna funcional, decorativa, onde o consumo “domestica” a experiência estética (MOLES, 2001).

Moles identifica cinco princípios inerentes ao fenômeno: a mediocridade (no sentido em que abandona o esforço da vanguarda, da novidade na arte e se coloca a serviço do entretenimento das massas); a inadequação (devido à existência de um desvio entre o objeto e seu fim); a acumulação (profusão de meios pelos quais se dá o suporte estético); a percepção sinestésica (apelo às sensações físicas) e o conforto (a questão da fácil aceitação). Assim, tamanhos exagerados e miniaturas, delírios de forma e múltiplas funções, apelo ao riso, emoções fáceis e previamente “digeridas” tornariam os artefatos kitsch consumíveis sem que fossem necessários grandes esforços interpretativos.

O ‘kitsch’ encontra-se, portanto, ligado a uma arte de viver e talvez nesta esfera ele encontrou sua ‘autenticidade’, pois é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte, tanto aquelas do vestuário feminino como as dos tetos de Michelangelo. Ao contrário, o ‘kitsch’ está à altura do homem; do homem comum por ter sido criado pelo e para o homem médio, o cidadão da prosperidade... (MOLES, 2001).

Para Décio Pignatari, o kitsch “é a redução do repertório estético vigente nas camadas superiores da cultura, levando-se em consideração que o que costumamos chamar de ‘belo’ só pode ser caracterizado como tal dentro de padrões estéticos já decodificados”. Como Haroldo de Campos, o autor identifica o kitsch como antiarte, negação e falsidade estética. Assim, o produto kitsch seria entendido como uma tentativa de adaptação de uma informação cultural

pertencente ao repertório cultural da elite, para o campo de significação mais restrito da massa, ou seja, seria sempre o resultado da tradução visando à transformação de algo da cultura superior em popular. Ou, como afirmou Greenberg, “se a vanguarda imita os processos da arte, o ‘kitsch’ imita-lhe os efeitos” (GREENBERG, 2001; MIRA, 1995).

Dentre as muitas definições que são fornecidas para o termo, duas questões são de extrema importância no caso específico desta pesquisa: a relação do kitsch com o consumo e a tentativa de distinção social; e a busca incessante pelo efeito emocional.

## 1.2 – A crítica pós-moderna da cultura de massa

O conceito da sensibilidade *camp* surge no momento de ascensão da crítica pós-moderna da cultura de massa, que relativiza grande parte dos questionamentos feitos a respeito do kitsch. A utilização freqüente que a cultura de massa faz da alta cultura, e vice-versa, torna difícil uma análise superficial e principalmente um julgamento apenas estético das categorias a que pertencem. Essa talvez seja a mais importante característica do pós-modernismo: a preocupação em entremear a arte com certas formas e gêneros de cultura de massa e com a vida cotidiana (HUYSSSEN, 1991).

Para o conceito *camp*, Sontag e suas “Notas sobre o *Camp*” indicarão um caminho a ser seguido na fundamentação teórica. Nele, a ensaísta teoriza a sensibilidade que desde então permitiu à parcela mais ilustrada da população usufruir as tentações da indústria cultural sob o aval do sentimento que expressava a sensação de que algo poderia ser bom, justamente por ser demasiadamente ruim. Sua obra foi escrita em um momento em que parecia necessário o surgimento de um gosto que se voltasse contra o eixo “bom-ruim” do julgamento estético (SONTAG, 1987).

Essa sensibilidade trata-se, na verdade, de uma maneira bem-humorada e apolítica de se encarar o kitsch e a indústria cultural, algo que valoriza a forma em detrimento do conteúdo, um esteticismo acima de tudo. Apesar disso, Sontag enfatiza em seu texto que a despeito das confusões que os dois conceitos podem causar, nem tudo que é *camp* é necessariamente kitsch.

O *camp* aprecia a vulgaridade, é o moderno dandismo, a “resposta ao problema de ser um dândi na era da cultura de massa” (1987: 333). O “dândi pós-moderno”, no entanto, em vez de cultivar o gosto pela alta cultura e manejar com familiaridade os símbolos da erudição, se entrega aos prazeres da cultura de massa, porém, como explica Sontag, o faz de “maneira rara” (1987: 333).

### 1.3 – Sociologia do gosto

A distinção social é uma questão importante nesta pesquisa. Sendo assim, os conceitos desenvolvidos por Pierre Bourdieu em *A distinção – Crítica social do Juízo* (1979) apresentam um papel primordial na fundamentação teórica. O gosto aparece aqui como palavra-chave que ajuda a entender de que forma podem ser criadas hierarquias culturais e mesmo econômicas dentro de uma sociedade espetacular. O autor, com base em dados levantados por pesquisas empíricas sobre padrões de consumo na França, nas décadas de 1960 e 1970, desenvolveu uma tese que salienta a centralidade do consumo nas práticas sociais.

Ao lançar as bases para a fundamentação de uma sociologia do gosto, Bourdieu situou o tema no centro de uma discussão sobre classe dominante e campo de produção cultural. As práticas de consumo aparecem então como fundamentais na criação e manutenção de relações sociais de dominação e submissão. O autor francês argumenta que os seres humanos são motivados pela necessidade de reproduzir um padrão coletivo de preferências baseadas na demarcação de classe (BOURDIEU, 1997).

Assim, o gosto estabelece um campo de batalha em que a reprodução cultural e a legitimação do poder se exercem de maneira camuflada. A partir disso, surge o conceito “capital cultural”, entendido como uma moeda de troca que vai definir a inserção do sujeito na sociedade como um todo, e especificamente na sua própria classe social, onde as batalhas por distinção aparecem de maneira mais nítida.

Cultura, desta forma, é entendida como uma economia onde os indivíduos investem e acumulam capital. Da mesma forma que no mercado econômico, no cultural alguns gostos são mais valorizados que outros, e determinadas atitudes ajudam certos grupos a obter prestígio no convívio social (BOURDIEU, 1997; FISKE, 1992).

Capital cultural e capital econômico existem associados, uma vez que o acesso ao capital cultural depende, na imensa maioria dos casos, da situação financeira do indivíduo. É a partir de investimentos em educação e em formação cultural que o sujeito pode adquirir este tipo de capital, com a aquisição de livros, jornais, revistas, o domínio de idiomas, o conhecimento sobre diferentes tipos de arte, visitas a museus, teatros, cinemas, viagens internacionais...

Há, no entanto, casos em que capital econômico e capital cultural aparecem separados, professores universitários e escritores, por exemplo, podem dispor de muito capital cultural mas não serem ricos no econômico. O caso inverso é encontrado nos chamados “novos-ricos”,

ou os “emergentes”, pessoas que conseguiram ganhar muito dinheiro, mas que por não terem sido criadas em um ambiente propício à educação e à cultura, são pobres em capital cultural. No Brasil, um bom exemplo são os jogadores de futebol.

Como nesta pesquisa o tema central é cultura *trash*, em vez da distinção pelo consumo de bens da alta cultura, tem-se a distinção pela fruição dos mais baixos estratos da cultura de massa. Assim, no lugar do capital cultural surge sua versão correlata capital subcultural, desenvolvida por Thornton, que é o conceito de Bourdieu aplicado nos processos de distinção dentro das subculturas jovens, e que será analisada no capítulo quatro, referente à distinção no consumo de *trash* (1995).

## 2 – O fã no universo acadêmico

Neste capítulo, procuro traçar um breve panorama das formas como os fãs foram abordados nos estudos da área de cultura desde que esse termo começou a ser utilizado. A origem da palavra fã é associada à palavra latina *fanaticus*. Inicialmente, o termo era associado aos torcedores “fanáticos” de certas equipes esportivas, principalmente na Inglaterra. Com o surgimento da indústria cultural, com os produtos da mídia produzidos em massa e atingindo um número cada vez maior de pessoas, surgem as celebridades, as estrelas, que, da mesma forma, alcançam públicos crescentes. A cuidadosa construção das imagens espetaculares destas estrelas, e mesmo dos produtos a elas associados, cria um campo bastante fértil para o fenômeno da tietagem, que a partir de então tem o seu uso expandido e cada vez mais associado à indústria cultural (JENKINS, 1992).

De uma maneira geral, os estudos sobre fãs no universo acadêmico podem ser divididos entre duas épocas distintas. Na primeira, sob forte influência da teoria crítica da Escola de Frankfurt, o fã não só não era encarado como objeto válido de estudo, como o olhar de desprezo lançado por esses teóricos sobre o fenômeno da tietagem tendia muitas vezes a uma associação entre este comportamento e uma atitude patológica. O fã, nesse contexto, era o Outro, a mais subjugada condição de receptor passivo dentro da massa de consumidores de produtos da mídia.

O segundo momento acontece a partir da década de 70 e é marcado pelo advento dos Estudos Culturais. A nova forma de se enxergar o próprio processo comunicacional é acompanhada de uma nova percepção sobre a condição do fã, que se mostra como um interessante objeto de estudo. Considerado agora ativo e capaz de negociar com os elementos apresentados pela indústria cultural, o fã representa a nova concepção dos efeitos da cultura de massa, que rejeita a idéia do consumidor passivo e manipulável.

### 2.1 – O receptor passivo – a crítica tradicional

Os estudos acadêmicos na área de cultura de massa foram, a partir da década de 30, fortemente influenciados pela teoria crítica da Escola de Frankfurt. Por este motivo, durante as décadas que se seguiram, pouca atenção foi dada ao estudo da recepção, ou das audiências, dentro do processo comunicacional. Em parte, essa lacuna deixada por teóricos como Adorno e Horkheimer se deveu ao fato desta corrente enxergar no público uma massa amorfa, que



aceitava os produtos da indústria cultural sem questionamento, realizando, desta forma, um consumo inequívoco e homogêneo<sup>9</sup> (FEATHERSTONE, 1997a:34; KELLNER, 2001:55).

As massas, como as audiências eram consideradas, realizavam, de acordo com o que Stuart Hall teorizou, uma decodificação hegemônica, ou seja, feita através de um código dominante (2003:377). Em leituras feitas deste modo, o público absorveria o conteúdo das mensagens midiáticas exatamente da maneira desejada no momento de sua produção. Assim, estudos no sentido de entender os processos de recepção de uma mensagem produzida pela mídia, ou dos produtos da indústria cultural, se mostravam sem muita importância, uma vez que não se enxergava no momento da decodificação uma arena de lutas por significados<sup>10</sup>.

Nos textos que datam dessa época, o fã era caracterizado como um indivíduo com problemas emocionais, dado à depressão pelo não-reconhecimento ou não-reciprocidade do amor que dedicava ao seu ídolo, como um colecionador obsessivo, que comprava tudo relacionado ao seu objeto de admiração e que era “capaz de qualquer loucura” por uma aproximação.

A partir da década de 50, com o aparecimento do Rock’n Roll, e em especial do Heavy Metal, criou-se uma outra faceta para o fã: o fã violento, dado a atitudes extremadas e destrutivas. Este tipo de representação também se manifestava na caracterização de alguns fãs de esportes, em especial no caso do *hooliganismo*<sup>11</sup> (JENSON, 2001).

Em geral, na literatura que trata do fenômeno da tietagem, o fã aparece representado ou como o obsessivo ou como o histérico. A própria tietagem era vista como um “sintoma psicológico para uma disfunção social”, ou seja, como patologia. A idéia de “desvio” está sempre implícita nesta maneira de se enxergar o fã (JENSON, 2001).

O obsessivo, representado como um indivíduo do sexo masculino na maioria os casos, é normalmente associado àquele sujeito solitário que não consegue realização na vida pessoal e que desta forma transfere grande parte de suas neuroses para o ídolo, com que cria uma relação fantasiosa. É esse tipo de fã que constantemente é relacionado a ameaças e atentados

---

<sup>9</sup> Walter Benjamin aparece como uma exceção. Ligado à Escola de Frankfurt, Benjamin ressaltara a importância dos estudos de recepção já na década de 30. A importância atribuída por ele ao estudo das audiências na cultura de massa se transformou em uma de suas maiores divergências em relação aos demais teóricos de Frankfurt, em especial, a Adorno (KELLNER, 2001; SANTOS, 2001).

<sup>10</sup> Essa idéia se aproxima do conceito desenvolvido por Bakhtin a respeito do signo ideológico. Segundo o autor, “em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes(...) Na realidade, todo signo ideológico vivo tem, como Jano, duas faces,. Toda crítica viva pode tornar-se elogio, toda verdade viva não pode deixar de parecer para alguns a maior das mentiras”. (VOLOCHÍNOV, 1973 *apud* HALL, 2003)

<sup>11</sup> Tradução para o termo em inglês *hooliganism*. Apesar de datar do século XIX, o fenômeno ganha corpo a partir da década de 1960, e é caracterizado por enfrentamentos violentos e premeditados entre jovens integrantes de torcidas de diferentes equipes esportivas. Os *hooligans* mais conhecidos são os ingleses seguidores de futebol.

sofridos por celebridades ou a tendências suicidas. Muitos filmes que abordam a questão do fã trabalham com a imagem do fã-psicopata, como é o caso de *O guarda-costas*, onde a cantora interpretada por Whitney Houston sofre constantes ameaças por parte de um fã.

O fã histórico é normalmente associado a um indivíduo do sexo feminino, que não consegue controlar suas emoções, agindo de acordo com os impulsos mais primitivos e apaixonados. A imagem clássica deste tipo de fã é o grupo de jovens mulheres que gritam incansavelmente na presença de um ídolo, e que não medem esforços para se aproximar de seu objeto de adoração, o que passa muitas vezes por questões sexuais, contribuindo para a caracterização da fã como uma mulher dada à promiscuidade (HUYSSSEN, 1996; JENSON, 2001).

Assim, durante muito tempo, as pesquisas que abordavam a questão do fã encaravam o assunto como uma manifestação fora do comum, que não poderia fazer parte das práticas cotidianas de uma pessoa normal. O fã era sempre encarado como alguém que possuía algum tipo de problema psicológico, tendência depressiva, ou qualquer outra forma de desvio comportamental.

Esse tipo de perspectiva sobre o fã se justifica porque, até então, o tipo de afeto desenvolvido por este em relação ao seu objeto de adoração não poderia ser identificado entre “nós”, pessoas instruídas, acadêmicos, estudantes etc. “Nós” poderíamos desenvolver certos tipos de admiração, ser “grandes conhecedores” de determinados assuntos, no máximo aficionados, jamais fã. Tal idéia encobre um julgamento a respeito do próprio objeto de admiração. Pode-se ser aficionado por Joyce, ter lido todos os livros, conhecer vida, obra e crítica; grande admirador ou conhecedor de Mozart, mas nesses casos, por se tratarem de objetos culturais valorizados, o indivíduo não é caracterizado como fã, palavra negativa, carregada de preconceitos e julgamentos.

## **2.2 – O consumidor ativo – uma mudança na percepção**

Com o advento dos Estudos Culturais britânicos, na década de 70, notadamente com o desenvolvimento das pesquisas no Centre for Contemporary Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham, foi lançado um novo olhar sobre os estudos da recepção. O público passa a ser conceituado como sujeito ativo, capaz de *negociar* com a mensagem, ao perceber que por trás do conteúdo existe uma *intenção*, posta em prática no momento da codificação. O processo comunicativo passa a ser pensado como um circuito contínuo, em oposição ao sistema linear emissor/mensagem/receptor (HALL, 2003).

A cultura de massa é reconhecida como uma arena capaz de promover posicionamentos contraditórios, como o conformismo e a resistência. A abordagem do campo cultural também sofre modificações, pois este passa a ser visto como um espaço de luta por hegemonia, a partir da forte influência das idéias de Antonio Gramsci (HALL, 2003; KELLNER, 2001).

O processo de transformação da maneira com que as audiências eram enxergadas veio acompanhado de uma absolvição dos estudos sobre fãs. No contexto da teoria crítica da Escola de Frankfurt era inimaginável que se levasse em consideração o ponto de vista daquele que era tido como a maior vítima da indústria cultural, restando a ele ser retratado como a representação máxima do receptor passivo e manipulável (MONTEIRO, 2005). A partir do desenvolvimento dos Estudos Culturais, começam a ser realizadas pesquisas sobre o tema, principalmente nos Estados Unidos.

Porém, os Estudos Culturais norte-americanos acabaram cometendo o erro de, ao se afastar demasiadamente do ideal de massa receptora passiva, imbuir o público de um poder muito grande no jogo das significações. Assim, terminaram por incorrer no “fetichismo do público”, que criava um novo dogmatismo, segundo o qual apenas o público produziria significados (KELLNER, 2001).

Na década de 80, com a emergência da terceira geração dos estudos culturais e com uma maior aproximação por parte desses pesquisadores com a cultura da mídia, começam a ganhar força pesquisas que se afastam da visão estereotipada do fã. Autores como Jenson começam a enxergar nessa concepção patológica da tietagem uma atitude elitista e mesmo preconceituosa.

Dentro deste contexto, evito o maniqueísmo de considerar o fã tanto como vítima ideológica, quanto sujeito resistente que “usa” a indústria cultural para extrair prazer, invertendo o jogo do mercado de cultura (KELLNER, 2001).

### 3 – O que é *trash*?

A partir da década de 1980, surgiu de maneira crescentemente articulada uma subcultura cinematográfica que conta com o que há de pior em relação a conceitos técnicos, artísticos e morais. Os gêneros incluídos nessa categoria são os mais variados: um vídeo-treinamento para novos funcionários da rede de lanchonetes McDonalds, um vídeo pornô com cenas de mutilações, uma ficção científica feita de maneira amadora, onde planetas desconhecidos são representados por bolas de futebol cobertas por papel laminado... Todos são *trash*, cada um à sua maneira. O grupo destes variados filmes celebrados por fanzines e livros sobre subcultura *trash* recebeu o nome de “paracinema” (SCONCE, 1995:372).

Aqui no Brasil, o gosto pelo *trash* ficou em evidência na mídia durante a chamada “volta dos anos 80”. A década, conhecida por uma estética do exagero no vestuário, nos gestos e danças, pelas músicas de qualidade duvidosa e pela associação com termos como brega e cafona voltou à cena embalada por festas que, se aproveitando da nostalgia gerada nos agora balzaquianos adolescentes daquela época, fizeram muito sucesso, principalmente no eixo Rio-São Paulo<sup>12</sup>.

O fenômeno, no entanto, parece ser efêmero, pois a cobertura da mídia e mesmo o apelo junto ao público arrefecem na medida em que a moda passa. Existe, porém, um público perene de *trash* no Brasil: os fãs de cinema *trash*, objeto desta pesquisa. O apreço pelo chamado paracinema tem um público bastante fiel de admiradores, com comunidades de fãs bastante articuladas.

Para conseguir responder questões como a que dá título ao capítulo empreendi a prática metodológica de entrevistas individuais em profundidade com pessoas que se auto-declararam fãs de *trash*. No item 3.3 desenvolverei uma apresentação mais detalhada desta comunidade. Cabe, no entanto, afirmar que, de uma maneira geral, os entrevistados foram jovens entre 14 e 31 anos, pertencentes à classe média, moradores de grandes centros urbanos do país e majoritariamente do sexo masculino.

---

<sup>12</sup> Em São Paulo, a festa Trash 80's é realizada desde 2002 e o sucesso conseguido foi tão grande que os organizadores criaram uma empresa, a Trash 80's Eventos e Promoções, que já lançou CDs, DVDs, roupas e outros tipos de produto com a marca. A festa já foi realizada em algumas capitais brasileiras e em abril de 2006 teve uma apresentação em Barcelona; em São Paulo acontece de quinta a domingo e atrai um público estimado em duas mil e quinhentas pessoas por dia. As festas acontecem no Clube Caravaggio, no centro de São Paulo e na casa noturna Spazio, na Vila Olímpia. No Rio, a versão mais famosa é a Festa Ploc 80's, que também virou empresa e disputa com a Trash o posto de “a maior festa 80's do Brasil. A Ploc é uma festa itinerante, que desde janeiro de 2004 é levada a diversas cidades do Brasil, e atualmente ocorre com certa frequência no Espaço Marun, no bairro do Catete, Zona Sul do Rio de Janeiro. O público de ambas as festas é composto basicamente por jovens adultos pertencente à classe média, que eram crianças ou adolescentes na década de 80.

### 3.1 – O *trash* como algo mal-feito

Apesar de não haver consenso sobre a definição, a maioria dos entrevistados afirmou que *trash* é algo “mal-feito”. Quando indagados sobre o que entendem por mal-feito, as concepções foram variadas: feito de maneira aleatória, sem preocupação técnica, feitos de maneira amadora, com exagero de efeitos especiais de pouca qualidade (“defeitos especiais”), com mortes violentas e mal encenadas e excesso de sangue...

A má qualidade técnica é, sem dúvida um fator importante de identificação de um produto como *trash*, no entanto, grandes produções também podem ser consideradas *trash*, se apesar de contarem com grande suporte técnico, resultarem em um filme muito ruim, ou que conte uma história demasiado inverossímil. Um caso é a seqüência *Brinquedo Assassino*, que conta com cinco filmes, o primeiro lançado em 1988 e dirigido por Tom Holland, que mesmo tendo sido produzida em estúdios de grande porte e com orçamento razoável, é considerada por muitos admiradores como *trash*, dado o inusitado de um psicopata à beira da morte ganhar vida através de um boneco e sair cometendo assassinatos pelas redondezas.

### 3.2 – “Coleta seletiva” – os diferentes tipos de “lixo”

Neste tópico, procuro apresentar uma definição para os principais tipos de filme *trash* apreciados pelos fãs, a partir das explicações dadas pelos entrevistados e de pesquisas realizadas principalmente em sites brasileiros e norte-americanos. Desta forma, creio tornar mais compreensíveis os termos estranhos ao público leigo e que aparecem em depoimentos e explicações ao longo da pesquisa.

#### a) Terror

Os filmes de terror são os exemplos clássicos de *trash*. Criados com o objetivo de provocar medo no espectador, algumas produções exageram na quantidade de sangue, gritos de mocinhas apavoradas e trilhas sonoras características. É justamente quando beiram o ridículo que esses filmes mais se aproximam do *trash*. Como a linha que separa um bom filme de terror de um filme de terror ruim é muito tênue, o conjunto identificado com o horror é normalmente associado ao *trash*.

As comunidades de fãs de *trash* normalmente valorizam os filmes de terror mais antigos, ou as produções atuais que mantenham a temática ligada ao universo dos monstros, mortos-vivos, vampiros, bruxas, fantasmas e *serial killers*. Atualmente, muitos filmes desse gênero recorrem ao terror psicológico, ou ao suspense, o que não é tão apreciado por determinados fãs.

Os principais subgêneros do terror são o *terrir*, onde a narrativa é conduzida através da comicidade; e o *slasher*, onde psicopatas cometem assassinatos em série. Os exemplos mais famosos deste tipo são as seqüências *Sexta-Feira 13* e *A hora do pesadelo*.

No Brasil, Zé do Caixão é a figura mais conhecida no cenário do terror. O personagem criado por José Mojica estrelou muitas produções nacionais que passaram a ser consideradas cult depois do sucesso internacional que fizeram em exhibições para fãs do gênero ao redor do mundo. Zé do Caixão apresentou, em 1996, um programa na TV Bandeirantes chamado *Cine Trash*, onde comentava filmes exibidos inicialmente em uma determinada faixa vespertina. O crescente sucesso levou o programa para o horário nobre; apesar disso, o programa acabou sendo extinto, o que é lamentado até hoje entre os fãs, que já se mobilizaram através de abaixo-assinados pedindo o retorno “da melhor coisa que já existiu em televisão aberta”<sup>13</sup>.

#### b) Ficção científica

Outro ícone do cinema *trash*, a ficção científica é um gênero que trabalha principalmente a questão da ciência e suas relações com a sociedade e com os indivíduos. Na maioria dos casos, os filmes lidam com os anseios das pessoas em relação às novas tecnologias, que são vistas ou como a salvação da humanidade, ou como sua própria destruição. Por mais que apresentem histórias aparentemente inverossímeis, esses filmes pretendem mostrar situações possíveis, mesmo que apenas em um futuro distante.

Quando começaram a ser produzidas, os temas recorrentes eram: viagens no tempo, invasões e viagens extraterrenas, criaturas mutantes, heróis com superpoderes, *cyberpunk*<sup>14</sup> (histórias passadas no futuro que normalmente apresentam um cenário decadente do ponto de vista moral) e guerras espaciais. Hoje, além dos temas clássicos, a maioria das produções explora os avanços da ciência, principalmente nas áreas da informática e genética.

---

<sup>13</sup> A definição foi extraída da descrição de uma comunidade do Orkut. Nele, existem nove comunidades exigindo a volta do programa. A maior delas conta com mais de 1.700 membros.

<sup>14</sup> Para uma análise sobre as relações do *Cyberpunk* com o modernismo e o pós-modernismo, ver Kellner, 2001: 377-418.

Ficções científicas só se tornam *trash* se forem mal-sucedidas, como é o caso de *Plan 9 from outer space*, a ficção científica que é considerada o pior filme de todos os tempos e é um clássico *trash*.

### c) Exploitation

São filmes que se caracterizam pela exploração exagerada de cenas de sexo e violência. Na maioria dos casos, são filmes de baixo orçamento e com temática variada. Alguns textos acadêmicos utilizam o termo “exploitation films” como sinônimo de paracinema. Nesta pesquisa, no entanto, aproximo-me do conceito mais amplo de paracinema desenvolvido por Sconce (1995).

Apesar dos filmes exploitation serem normalmente associados a custos reduzidos, algumas grandes produções cinematográficas são alinhadas com essa estética. O exemplo bastante citado é a filmografia de Quentin Tarantino. O diretor é um fã declarado do gênero; no entanto, é exagero identificar produções como *Pulp Fiction*, *Cães de aluguel* e *Kill Bill* como exploitation, apesar de existirem referências claras a este tipo cinema *trash* em suas obras.

Dentro do gênero exploitation existem algumas subdivisões. As mais conhecidas são: nazi-exploitation, nos quais as histórias se passam no contexto de campos de concentração nazistas durante a Segunda Guerra Mundial; nun-exploitation, em que os enredos se desenvolvem dentro de conventos (normalmente associado a apelo sexual) e WIP (abreviatura para women in prison), que explora cenas passadas em presídios femininos, com abuso de cenas homoeróticas e de violência.

### a) Gore e shockmentaries

Gore é um gênero de filmes cuja temática gira em torno da violência. Algumas vezes, o gore é caracterizado como um subgênero do terror, mas a forma deliberada com que exhibe cenas de mutilações, decapitações e demais *tipos* de morte o habilita como um gênero à parte. A grande diferença entre este tipo de filme e o terror é que aqui a violência é gratuita, pois não há nenhuma trama ou objetivo de gerar suspense.

Shockmentaries são documentários de violência apelativa, normalmente ligada a temas como necropsia, suicídios, assassinatos e acidentes fatais. No final da década de 80 e início dos anos 90, a série de shockmentary *Faces da morte* fez grande sucesso entre o público

jovem no Brasil. O apanhado de cenas violentas é ainda hoje lembrado por sites e blogs que reúnem fãs do gênero na Internet. No Orkut, a comunidade da série possui mais de 18 mil membros, que debatem, por exemplo, qual foi a “melhor” morte apresentada.

*Faces da morte* foi divulgado, na época, como um filme que apresentava cenas reais de mortes, ao que se deve grande parte de seu sucesso. Apesar de haver divergências sobre a veracidade de algumas cenas, grande parte delas são chocantes e bastante realistas. As informações sobre esses filmes normalmente vêm acompanhadas de alertas do tipo “não aconselhável para pessoas com problemas cardíacos, sensíveis ou de estômago fraco”. Na maioria dos casos, tal recomendação se justifica completamente.

#### b) Pornografia

Assim como ocorre em outros gêneros, filmes pornô podem ser *trash* se apresentarem alguma peculiaridade, como a falta de preocupação técnica, o exagero na representação ou associação com cenas de violência ou escatologia. Existem subgêneros dentro do que é considerado paracinema no universo da pornografia: *hardcore* são filmes onde há cenas de sexo explícito; *softcore*, onde as cenas de sexo são apenas simuladas e não há exibição dos órgãos sexuais; *sadomasoquistas snuff*, filmes sobre relações sadomasoquistas onde um dos personagens é abusado até a morte, e *escatológicos*, onde há apelo para cenas envolvendo sexo e escatologia, normalmente através de sangue e demais fluidos humanos.

#### c) Fan films

Fan filmes são produções independentes realizadas por fãs a partir de temáticas da cultura da mídia, e que apresentam como público alvo a comunidade de fãs de um determinado produto cultural. Os filmes são baseados em roteiros originais, criados pelos próprios fãs, que normalmente partem das histórias oficiais de séries, filmes, livros e quadrinhos. Os personagens de algum produto da mídia, então, estrelam novos filmes que normalmente preenchem lacunas deixadas na história oficial de determinado produto, ou respondem aos anseios de determinados grupos de fãs (FREIRE FILHO, 2006c).

Alguns filmes partem de idéias totalmente inusitadas, como é o caso do fan film brasileiro de maior projeção, *Casa dos Jedi*. Nele, o fã Henrique Granado cria uma situação em que os personagens da saga *Star Wars* participam de um reality show no estilo *Casa dos artistas* e vivem as tensões e tramas provocadas por esse tipo de confinamento. Outros criam cenas que



sempre fizeram parte do imaginário dos fãs, com desfechos desejados para determinadas situações, pares românticos não concretizados ou interseção entre personagens de diferentes obras (CURI, 2005).

Como na maioria das vezes os fan films são produções amadoras, e muitas vezes caseiras, a falta de recursos técnicos e financeiros contribui para que os filmes resultem em uma produção *trash*, não raro tendendo claramente à paródia e ao humor.

d) “Tosqueira”

Não existe um gênero de filmes *tosqueira*. Tal categoria foi assim batizada pelos fãs justamente por reunir tudo o que há de pior em termos de produção audiovisual. A maioria destes filmes circula pela Internet através de sites que funcionam como banco de dados para vídeos, e são reverenciados em blogs e comunidades do Orkut.

Um dos mais profícuos tipos de *tosqueira* são as redublagens. Existem milhares de filmes, desenhos animados, séries, novelas e comerciais de TV que receberam um novo áudio com o teor dos diálogos completamente alterado. Uma das versões mais famosas é a redublagem de um episódio do seriado Chaves. Intitulado *Tráfico na Vila*<sup>15</sup>, o filme sugere a compra e venda de drogas pelos personagens Chaves, Kiko e Seu Madruga ao som de Bob Marley, e já foi visto por mais de 150 mil pessoas só no site YouTube. Existem diversas redublagens de episódios de Chaves e Chapolin, e na maioria dos casos os seriados mexicanos recebem diálogos associados a consumo de drogas e sexo. A comunidade do Orkut que reverencia a redublagem *Chaves, o grande maconheiro* apresenta mais de 200 mil participantes.

Outra conhecida redublagem é *Bateman na feira da fruta*<sup>16</sup>(sic), um episódio de 22 minutos da série Batman que recebeu novos diálogos repletos de palavrões, que conduzem um enredo delirante, e uma nova trilha sonora composta pela música *Feira da Fruta*. Apesar de ter sido produzido em 1980, o vídeo se popularizou no site YouTube, onde já foi visto por mais de 66 mil pessoas. No orkut, existem mais de 20 comunidades dedicadas ao filme, e a maior delas possui mais de 17 mil membros.

Os vídeos caseiros aparecem como uma fonte inesgotável de produção *trash*, de narrativas com começo, meio e fim, normalmente tendendo ao absurdo, a paródias de clipes musicais, novelas e seriados, passando por experiências filmadas (inexplicavelmente, há, por

---

<sup>15</sup> O vídeo está disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=GDMBPow\\_9y8](http://www.youtube.com/watch?v=GDMBPow_9y8)

<sup>16</sup> O vídeo está disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=2vgI2BLTd\\_8](http://www.youtube.com/watch?v=2vgI2BLTd_8)

exemplo, uma profusão de vídeos disponíveis sobre a mistura literalmente explosiva entre Coca-Cola e a bala Menthos) e depoimentos pessoais *nonsense*.

Como a definição para filmes *trash* e mesmo para conceitos como paracinema são bastante nebulosas, a possibilidade de caracterização de uma produção como pertencente a essa estética torna-se bastante ampla. Isso acontece porque tal classificação se dá principalmente no momento da recepção, o que a transforma em subjetiva, uma vez que passa por um julgamento pessoal de gosto.

Durante as entrevistas muitas vezes surgiram contradições entre o que cada fã considerava como *trash*. Alguns fãs não se consideram fãs de *trash* de uma maneira geral, e sim de algum gênero específico, associado a essa estética. Casos como esses normalmente são identificados entre os fãs de gore, shockmentaries e exploitation, gêneros mais violentos e que apresentam uma comunidade de fãs muito grande e articulada.

No entanto, para fins práticos, o discurso destes fãs a respeito de seu gosto é muito parecido com o dos demais (fãs de todos os tipos de “lixo”), assim, a difícil definição do que é *trash* entre os aficionados não se configura como um grande problema para esta pesquisa.

### **3.3 – Quem é o fã de *trash*?**

A seleção que empreendi em busca de entrevistados foi feita a partir da observação de fóruns de discussão sobre filmes *trash*. O critério de escolha foi a participação ativa nos debates. Os membros que se mostravam presentes na maioria dos tópicos foram selecionados, e para estes foram enviados e-mails com um sucinto questionário. A partir das respostas preliminares, selecionei os fãs com quem pude realizar entrevistas em profundidade, pessoalmente e por telefone. Assim, a amostragem com que tive contato e mesmo da análise do perfil de outros membros através dos dados disponibilizados em Blogs e no Orkut, permitiram a constatação de algumas características marcantes neste conjunto de fãs.

A primeira é que esta comunidade é majoritariamente masculina. Das 19 pessoas entrevistadas apenas duas são mulheres, os próprios fãs se referem aos demais como homens e quando são perguntados sobre a reação dos familiares e amigos a respeito de seu gosto cinematográfico costumam citar as namoradas que não aprovam o tipo de filme ou outras mulheres como mães e avós. As descrições a respeito da produção de vídeos caseiros sempre apresentam um cenário marcadamente masculino, onde as mulheres aparecem como coadjuvantes, quando aparecem.

O público de *trash* é, também, notavelmente jovem. A faixa etária dos meus entrevistados variou entre 14 e 31 anos, sendo que os mais velhos fazem parte do universo dos balzaquianos (ou quase) que adotam um estilo de vida alinhado com práticas adolescentes, a maioria ainda estuda e vive com os pais. Em relação à classe social, dada a forma com que entrei em contato com os fãs, posso afirmar que eles integram a classe média em sua maioria, pois responderam que acessam a Internet de casa e dispõem de bons computadores onde realizam *downloads* de filmes, por exemplo.

A maioria dos fãs respondeu que entrou em contato com o *trash* a partir de um amigo que o apresentou ao estilo, ou descobriu o gosto por acaso, ao assistir algum filme pela televisão (alguns citaram o programa Cine *Trash*, apresentado por Zé do Caixão, já comentado nesta pesquisa). Como normalmente são pessoas familiarizadas com a informática, procuram mais informações sobre os filmes e buscam outros títulos através de sites especializados. Todos responderam possuir amigos com quem compartilham o apreço, e a sensação de compartilhamento parece constituir uma etapa fundamental nesse tipo de consumo. A maioria afirmou buscar através de mecanismos da Internet contato com outros fãs que moram em diferentes partes do país.

Nem todos os fãs de filmes *trash* consomem outros artigos alinhados com esta estética, como programas de televisão, músicas e objetos. Os que o fazem normalmente citam programas de televisão, em especial os exibidos pela MTV, como Hermes e Renato (um humorístico apresentado por um grupo de jovens que criam principalmente sátiras de toda sorte; um novo paradigma na produção de *tosqueira* na TV<sup>17</sup>) e Gordo Freak Show (“João Gordo apresenta o programa mais demente e sem propósito da MTV, coisas nojentas, provas imbecis, reportagens bizarras, lutas insanas, crueldade e muita zoeira para embrulhar seu estômago”, segundo o site oficial do canal).

Quando foram indagados sobre de que formas os familiares e amigos reagem ao seu gosto inusitado, a maioria dos entrevistados respondeu que eles acham estranho ou engraçado, mas nenhum revelou ter sérios problemas em relação a isso. Ricardo, de 14 anos, que além de fã é produtor de filmes *trash* disse que a família considera-o “meio maluco” por gostar desse tipo de produto, no entanto ele se aproveita das reuniões familiares para exibir seus filmes, o que acaba rendendo momentos de diversão entre o grupo.

Alguns reclamaram apenas da opinião de pessoas mais velhas, como avós ou tias, que muitas vezes acham que o gosto por filmes violentos pode ser prejudicial. Um dos

---

<sup>17</sup> No Orkut, existem mais de 500 comunidades dedicadas ao programa. A maior delas, “Hermes e Renato”, possui mais de 130 mil membros.

entrevistados citou o incidente ocorrido em 1999 em São Paulo, quando um jovem estudante de medicina matou três pessoas no cinema do shopping Morumbi durante a exibição do filme *Clube da luta*. Depois deste fato sua família insistiu para que ele procurasse um psicólogo, porque achava que a atração por filmes sobre mortes e cenas brutais de violência poderia causar sérios transtornos mentais.

Assim como a maioria dos fãs, a reação deste foi desconsiderar a opinião alheia por achá-la sem propósitos e sem fundamentos. Normalmente eles usam a estratégia de questionar o, segundo eles, parco conhecimento sobre cinema para desmoralizar o julgamento feito por outras pessoas.

### **3.4 – Lixo caseiro: o fã como agente cultural e a importância da Internet**

A expansão do uso de tecnologia digital e a consolidação da Internet como um campo de comunicação interativa desempenham papéis fundamentais dentro da comunidade de fãs do *trash*. O barateamento das formas de produção audiovisual através da mídia digital permite que um número cada vez maior de pessoas passe da condição de simples espectador, para produtor. Hoje, grande parte dos vídeos *trash* que são cultuados por fãs são escritos, produzidos e estrelados por eles mesmos.

O próprio tipo de estética buscada por filmes *trash* facilita a inserção do fã no papel de agente cultural. Seguindo a máxima de Bourdieu, de fazer da necessidade uma virtude, os fãs se aproveitam da limitação técnica, dos poucos recursos financeiros e mesmo da ausência de talento artístico para produzir filmes do gênero tosqueira, que fazem um enorme sucesso junto ao público justamente por serem muito ruins.

Sempre existiram as filmadoras portáteis de uso caseiro, com as quais famílias filmavam seus eventos festivos e suas viagens de férias, mas além do fato da qualidade da imagem deixar a desejar, os materiais em VHS, Betamax, VHS-C e 8mm restringiam a exibição de tais vídeos ao uso doméstico. As imagens conseguidas através de câmeras deste tipo não podiam ser sequer comparadas às exibidas no cinema, feitas através de técnicas muito caras como a filmagem em película.

Hoje, com cerca de mil reais é possível se adquirir uma câmera digital do tipo Mini-dv, formato que está sendo cada vez mais utilizado mesmo no meio profissional. A grande contribuição que a mídia digital trouxe para a produção de audiovisual é que hoje com poucos recursos técnicos e financeiros é viável se produzir imagens de alta qualidade, só possíveis antes em grandes produções.

A maioria dos filmes *trash* disponíveis pela Internet foram produzidos por fãs através do formato digital Mini-dv. Além do relativo baixo custo e boa qualidade técnica, esse tipo de câmera é de fácil utilização e comunicação facilitada com o computador. Para disponibilizar e editar um filme digital em um computador, não são necessárias grandes configurações. De acordo com o Tutorial da Produtora Lixo Filmes, um processador como o Pentium III 600, windows 98; 256MB de memória RAM, um HD de 20 GB, uma placa Firewire e um software de edição do tipo storyboard são o suficiente para se captar e editar um pequeno filme.

A maioria dos filmes feitos de forma amadora são realizados entre amigos, que escrevem a história e interpretam os personagens, uma vez que a preocupação com a performance dos atores é nenhuma. Apesar disso, alguns programas de computador permitem que os fãs mais competentes no trato com a tecnologia utilizem determinados recursos e introduzam efeitos especiais que apesar de limitados, dão um tom divertido aos filmes. Em geral, tais recursos são usados de maneira exagerada, e o que se pode perceber é uma profusão de cabeças que rolam, raios-laser que saem dos olhos dos personagens e sabres de luz que surgem despropositadamente.

Com o filme editado e pronto no computador, dá-se início a segunda e mais importante etapa da construção de um filme *trash*. Para que uma produção amadora desse tipo faça sucesso é preciso que, em primeiro lugar, alguém tenha a péssima idéia de fazer um filme e em segundo, outras pessoas assistam e confirmem que a idéia era realmente muito ruim. É desta forma que funciona o “mercado” de produções *trash* amadoras. Os filmes são, então, disponibilizados em sites como o YouTube e o Google Vídeos, nos próprios sites dos fãs ou em suportes de trocas e downloads como o E-Mule.

Quando um filme é disponibilizado, normalmente o criador deixa um espaço para que os espectadores deixem seus recados e críticas. O que se vê, então são comentários como esses, retirados do blog do “diretor” do filme “A fuga do cocô miserável”: “parabéns, cara, você realmente conseguiu fazer uma parada horrorosa”; “retardado demais, mas ficou legalzinho” e “meu Deus, que bagulho horrível, parabéns!”.

O mundo virtual tem grande peso dentro do campo que decidi estudar, o universo de fãs de cultura *trash* é formado por pessoas que demonstram grande intimidade com as novas tecnologias da comunicação. Não raro os contatos que realizei com os fãs começavam com perguntas do tipo “você tem orkut?”, “você tem MSN?”, “você tem Skype?”, além de alguns outros nomes que eu não sabia sequer que existiam. As tentativas de aproximação através da Rede foram muito facilitadas por meio desses mecanismos, ao mesmo tempo, quando era cogitada a possibilidade de uma entrevista presencial a reação não era das melhores. Os fãs de

*trash*, assim como a maioria dos jovens “conectados”, se sentem mais à vontade no mundo virtual.

A internet provocou um rearranjo na forma de comunicação entre os fãs. O contato presencial, por isso, foi diminuído, e os fóruns de debate cresceram, pela internet eles trocam vídeos, assistem e fazem seus comentários. Os eventos são situações mais festivas, para reunir os fãs em torno de algum acontecimento, como o lançamento de algum filme, ou festa temática.

Existe uma enorme quantidade de comunidades de fãs articuladas pela rede mundial de computadores, alguns exemplos são: “Bafo Movies” ([www.bafomovies.com.br](http://www.bafomovies.com.br)), “Lixo Filmes” ([www.lixofilmes.com.br](http://www.lixofilmes.com.br)), “Vai Vc Produções” ([www.vaivc.com](http://www.vaivc.com)) e “Podreira Produções” ([www.podreira.cjb.net](http://www.podreira.cjb.net)). Todos esses são formados por fãs de *trash* que resolveram produzir seus próprios filmes, de maneira amadora e independente, e compartilhá-los com outros fãs. Os vídeos, na maioria curtas, estão liberados para download ou disponíveis através de sites como o YouTube e o Google Vídeo

Em todos esses grupos, há a troca de informações através de fóruns de discussão e comunidades do Orkut, que serviram como material de análise. No site de relacionamentos Orkut, a maior comunidade dedicada ao tema é a “*Trash*, Gore e terror em geral”, com cerca de 9000 membros. Criada em maio de 2004, mais de 1000 tópicos de discussão já foram desenvolvidos. Existem outras comunidades expressivas, como a “Filmes *trash* caseiros”, com 5000 membros, e a “Cine *Trash*” com mais de 1600.

Há comunidades correlatas ao tema que comportam um grande número de pessoas que se identificam com a estética *trash*, seja em filmes, músicas ou programas de televisão. Algumas significativas são: “Toscolândia” com quase 8000 participantes, “Se é tosco é bom”, com 3200 e “Sou mestre em cultura *trash*”, com 1500.

O Orkut aparece ao longo de toda pesquisa, tanto para confirmar a abrangência de determinado assunto, quanto como fonte de declarações e depoimentos. Este site de relacionamentos se configura em uma interessante fonte de dados devido ao fácil acesso aos membros das comunidades e a possibilidade de se analisar o perfil de cada participante. Não há como negar o papel de extrema importância dessa rede de contatos mantida hoje pela empresa Google.

Existem ainda outros tipos de websites que serviram como fonte de consulta, como o “Putrescine” ([www.putrescine.com.br](http://www.putrescine.com.br)) e o “Boca do Inferno” ([www.bocadoinferno.com](http://www.bocadoinferno.com)), que oferecem grande quantidade de resenhas, críticas e resumos das principais produções *trash*

audiovisuais. Neles também há fóruns e grupos de discussão com o objetivo de reunir aficionados.

Eventualmente, o mundo *trash* é celebrado através de festas, congressos, feiras e festivais de filmes, todos dentro desta temática, principalmente nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Alguns exemplos são a supracitada festa “Terrorível”; “Trashmania” e os eventos programados pela locadora carioca Cavídeo, que além de manter cineclubes direcionados a públicos específicos, fortuitamente promove celebrações do cinema *trash*.

#### 4 – Distinção no consumo de *trash*: quando adorar o “lixo” confere status

Sempre existiram indivíduos — nem sempre jovens e ainda menos necessariamente “marginais”— que se expressassem e se afirmassem através de um estilo, simples pose de traje ou então um modo de vida global em ruptura com as normas, aceitas por sua época, da “elegância”, do “bom gosto” e da “respeitabilidade”. Homens – e certamente mulheres também – que pretendem contestar um estado de coisas, uma escala de valores, uma hierarquia de gostos, uma moral, hábitos, comportamentos, uma visão de mundo ou um projeto, tais como são refletidos pelo traje dominante, pelo estilo obrigatório ou pela referência estética comum da sociedade em que vivem. Enfim, homens que são, querem ser ou se imaginam “outros”, diferentes, estranhos, singulares (BOLLON, 1993:11).

Como fica evidente no trecho acima, a distinção pelo mau gosto não é um fenômeno recente. No livro *A moral da máscara — Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc.*, Patrice Bollon argumenta que, pelo menos desde o século XVIII, grupos formados em sua maioria por jovens buscam se distinguir através de práticas não-convencionais, não alinhadas com os cânones culturais vigentes em suas épocas.

O primeiro movimento analisado por Bollon nos remete à Revolução Francesa, mais especificamente ao conturbado momento que seguiu à queda de Robespierre, quando um grupo de jovens pertencentes à burguesia resolveu afrontar a sociedade se apropriando de um estilo de vida aristocrático e mesmo monarquista, e se posicionando politicamente a favor da volta aos padrões do Antigo Regime (BOLLON, 1993).

Os *muscadins*, como eram conhecidos, se vestiam de maneira inusitada e exagerada, eram uma paródia-ambulante da aristocracia, a qual não pertenciam, mas queriam imitar. O momento de reação girondina ao terror jacobino, como argumenta o autor, foi marcado pela vacuidade ideológica, e essa é a principal causa da dimensão que esse movimento estético tomou em Paris, principalmente entre os anos de 1794 e 1795. Mais do que a volta a uma sociedade estática e conservadora, o que os *muscadins* pretendiam era criticar a maneira dura como a sociedade francesa se manteve nos tempos do Terror, onde as práticas de entretenimento eram escassas e as possibilidades de evasão limitadas (BOLLON, 1993).

As marcas distintivas deste grupo aparecem refletidas no comportamento de quase todos os movimentos jovens que são analisados ao longo do estudo de Bollon. Os *muscadins* são os precursores do dandismo, ao buscarem o estilo como modo de vida; introduzem a luta simbólica, a ironia e a anti-sociabilidade características dos *punks*, além do desejo de viver, do



hedonismo e da busca por distinção, que surgem aqui de maneira seminal e serão comuns a todos os movimentos que se seguem.

No final de 1938, um novo movimento de estilo surgiu entre a clientela mista dos clubes de jazz de Nova York, o *Zoot-suit*. Os seguidores dessa tendência faziam uso de uma indumentária extravagante, caracterizada pelo tamanho das roupas, que deveriam ser muito maiores que o usuário, e pela profusão de enfeites. A distinção através deste estilo se dava muito mais pelo excesso do que pela originalidade, ou marginalidade.

A inutilidade visível da indumentária, se não sua impraticabilidade radical, longe de se esconder atrás de algum pretexto “racional”, ao contrário, exibia-se com ostentação. A despesa era considerada uma finalidade em si, o kitsch era assumido como tal, sem pudores, pelo prazer, pela diversão que proporcionava; a estética era mais importante do que a noção de utilidade (BOLLON, 1993:80).

O *zoot-suit* se considerava mais verdadeiro, mais “autêntico” do que a massa, pois, ao dar vazão ao hedonismo através da dança e da vestimenta, estava mais perto dos mais “profundos impulsos fundamentais”. Com a proximidade dos esforços de guerra, as indústrias de vestuário receberam recomendações de economizar tecidos na produção das roupas. A partir desse fato, uma das principais características do estilo *zoot-suit* (o excesso de panos, mangas, enfeites e o tamanho desproporcional dos trajes) ficou ameaçada, e seus adeptos passaram a ser vistos pelo conjunto da sociedade como irresponsáveis e anti-patriotas, o que deu um tom marginal ao grupo, que cada vez mais se configurava como uma subcultura (BOLLON, 1993).

Um embate interessante, de onde é possível extrair uma análise sobre os gostos de inclinação e de vontade de que falava Bourdieu, aparece na disputa entre os *rockers* e o *mods*, dentro do proletariado inglês. Apesar de pertencerem à mesma classe social, os grupos buscavam se distinguir tanto pelo consumo cultural quanto pelo vestuário. Enquanto os *rockers* escutavam *rock and roll*, usavam as jaquetas de couro dos motoqueiros americanos, calças jeans sujas de graxa e cabelos compridos e com aspecto de sujo, os *mods* preferiam o *rhythm’and blues*, se vestiam com roupas feitas sob medida por alfaiates italianos e ostentavam cortes de cabelo “à francesa”, isto é, esculpidos com navalha e tesoura e devidamente finalizados com laquê, mesmo que para isso tudo tivessem que gastar mais de um terço de seus salários (BOLLON, 1993; BOURDIEU, 1997).

Os *mods* eram “sonhadores que imaginavam poder escapar de sua classe de origem e sua cultura para se juntar aos valores e gostos da classe média alta e intelectualizada.

Acreditavam numa espécie de elevação social e cultural”. Eram os *dândis lumpens*, que procuravam a distinção pela busca incessante por legitimidade no trato com os artefatos pertencentes às elites culturais, mas, como também argumentou Bourdieu, em primeiro lugar a diferenciação se dava no interior de sua própria classe social de origem. Era dos *rockers*, em primeiro lugar, que os *mods* buscavam se distinguir (BOLLON, 1993; BOURDIEU, 1997).

A questão da ironia também é importante na demarcação desses grupos jovens. Neste sentido, os que mais se destacaram foram os *punks*, um dos pioneiros na valorização da estética do lixo. Bollon explica que o movimento ganha destaque na Inglaterra dos anos 1970 e tem como principais características o princípio de autonomia “*do it yourself*”, o interesse pela aparência “tosca” e agressiva, a simplicidade, o sarcasmo niilista e a subversão da cultura. Assim, esses indivíduos podiam ser vistos combinando de maneira sobreposta, em suas vestimentas, símbolos e sinais contraditórios como a suástica vermelha e preta nazista, distintivos soviéticos, a cruz de ferro do Terceiro Reich, o retrato de algum membro da família real, ícones pornográficos etc.

Sadismo, masoquismo, sofrimento, crueldade, eles misturavam tudo na mais extrema confusão. Neles era impossível traçar uma fronteira nítida entre o que vinha do drama e do “sério”, ou do puro escárnio. Eles brincavam com as imagens do mal, queriam ser as imagens do mal (...) ‘Somos flores em latas de lixo’, proclamavam os punks em seus blusões, como se isso fosse, antecipadamente, a única resposta que pudessem dar a todas as interrogações que provocavam. O efêmero surgido do nada; seria possível imaginar niilismo mais extremo, mais radical, mais inquietante? (BOLLON, 1993, 127, 132).

Assim como os *muscadins*, os *punks* travaram uma batalha essencialmente simbólica, *aparência versus aparência*, contra os cânones da sociedade que os cercava. Ao chamar a atenção para o lado “podre” da sociedade, o movimento punk buscava, através das roupas e do consumo cultural, obrigar a sociedade inglesa a encarar o mal que havia nela própria e cuja existência ela se negava a reconhecer. Daí a reação violenta apresentada por parte da corrente majoritária em relação ao movimento. “Transviados”, “bobos da corte”, “palhaços”, “grotescos” foram algumas das formas com que foram chamados os que resolveram se diferenciar através de uma estética de mau gosto.

#### **4.1– A distinção pelo capital cultural**

Durante o modernismo, os grupos que buscavam se distinguir através de formas que não levavam em consideração a separação entre alta cultura e baixa cultura eram vistos como

verdadeiros párias da sociedade. O desapego ou a desobediência à hierarquia de gostos canônicos era então refletida na forma global de comportamento dos indivíduos. A discrepância dessas normas era exibida nos maneirismos, na vestimenta, nos cortes de cabelo, na relação com a sexualidade e nas escolhas culturais.

Esse comportamento era considerado marginal devido à repulsa que a cultura de massa e manifestações que hoje chamaríamos de subculturais, underground ou alternativas causavam nas elites. Assim, a forma de distinção mais difundida na sociedade era justamente a fruição e o conhecimento das formas elevadas de cultura, ou, de acordo com os conceitos desenvolvidos por Bourdieu, a acumulação de capital cultural (BOURDIEU, 1997).

Bourdieu desenvolveu uma complexa tese que relativiza a importância das posses materiais e situa a posse de capital simbólico (cultural) como principal fator de distinção dentro da sociedade. Desta forma, o consumo passa a desempenhar um papel central na criação e manutenção de relações sociais de dominação e submissão e é justamente nessa disputa por poder e status, que ocorre tanto no interior das classes quanto no conjunto da população, que o autor francês está interessado.

Bourdieu argumenta, então, sobre a existência de três formas de capital: a primeira seria o capital econômico propriamente dito, como dinheiro, bens e demais posses materiais. A segunda seria o capital social, relacional, que seria constituído a partir das relações sociais que um indivíduo possui. Neste caso, o que interessa é quem são as pessoas com quem ele convive, *quem ele conhece* e *por quem é conhecido* e quais são os círculos sociais que frequenta. Este tipo de capital sempre foi valorizado pela aristocracia, que conferia bastante importância ao pertencimento a determinados clubes e grupos fechados, dos quais só poderiam fazer parte membros selecionados (BOURDIEU, 1997).

A terceira forma do capital seria o capital cultural, que, como já foi argumentado nesta pesquisa, se manifesta pelo conhecimento acumulado através de uma boa formação escolar e o convívio com os elementos culturais valorizados, desde a infância. A importância deste tipo de capital é que, por demandar conhecimentos que são adquiridos durante toda a vida, funciona como o mais eficaz delimitador de status e posições. Bourdieu salienta que apesar deste tipo de capital estar relacionado com a posse de capital econômico, o acesso aos bens materiais, por si só não garante o capital cultural.

Como o autor defende a tese de que é justamente no interior de uma mesma classe que ocorrem as maiores disputas por poder e status, e não entre diferentes classes, o pertencimento à aristocracia, ou atualmente à burguesia, poderia ser julgado a partir da forma como os sujeitos se relacionavam com os bens simbólicos relativos àquela classe social. No Brasil

houve durante a década de 1990 um interessante debate exposto pela mídia entre as chamadas “famílias tradicionais” e os “emergentes”, fato que sintetiza de maneira exemplar esta questão.

Nessa ocasião, os “*nouveaux-riches*” demandavam um espaço na mídia e na sociedade que lhes era negado pelas famílias tradicionais, que desfrutavam de grande prestígio apesar de sofrerem um relativo processo de empobrecimento e não já se configurarem, necessariamente, como o grupo com maiores posses materiais. No Rio de Janeiro, o conflito teve direito a uma “geopolítica” própria, opondo, de um lado, os bairros da Zona Sul e, de outro, a Barra da Tijuca. Os sobrenomes seculares se abrigavam em bairros tradicionais como Flamengo e Botafogo, que desde os tempos do Império acolhiam as famílias ricas, ou os valorizados Leblon e Ipanema, para onde grande parte dos “antigos ricos” se deslocou; enquanto os “emergentes” preferiam a Barra, bairro da Zona Oeste que surgiu como uma alternativa de auto-segregação para as novas camadas endinheiradas do Rio de Janeiro e cujas construções se caracterizava pelo mau gosto e ostentação.

A inauguração do shopping New York City Center, na Barra, em 1998, gerou uma série de discussões a respeito do gosto duvidoso e da imitação dos artefatos da cultura norte-americana no bairro conhecido como a “Miami tupiniquim”.<sup>18</sup> A enorme cópia da Estátua da Liberdade colocada na entrada do lugar foi alvo de protestos de grupos como MV-Brasil e CMI Brasil<sup>19</sup>, e tema de diversas reportagens. É interessante notar que as famílias tradicionais costumam apresentar uma tentativa de aproximação com a cultura européia, mais marcada pela erudição, enquanto que os “emergentes”, pobres em capital cultural, se identificam com valores norte-americanos, como a meritocracia.

Por trás de todas as críticas feitas aos “emergentes”, e aos “novos-ricos” de uma maneira geral, está a denúncia da falta de familiaridade com os estilos e gêneros valorizados socialmente. Assim, não adianta uma pessoa resolver se vestir de maneira adequada, com roupas feitas por estilistas renomados, se ela não souber se comportar à altura, ou não se sentir à vontade com aquele traje. Essa é a maior diferença entre os ricos de berço e os que

---

<sup>18</sup> Bernardo Krivochein, na crítica do filme trash “Seres Rastejantes” em 16/06/06 para o site Zeta Filmes, escreveu sobre o shopping: “lá é tudo simulacro. Baudrillard ia se esbaldar no New York City Center”.

<sup>19</sup> As definições, apresentadas nos sites oficiais dos movimentos são: “O MV-Brasil (Movimento pela Valorização da Cultura, do Idioma e das Riquezas do Brasil) trata -se de um movimento multipartidário, aberto aos brasileiros de todas as origens étnicas, sociais ou religiosas. Traçamos planos de ação que almejam resgatar a auto-estima de nosso povo, e despertar sua consciência para a apresentação de nossos projetos reais de um Brasil viável, soberano, independente, abastado e democrático”. (<http://www.mv-brasil.org.br/>) “O CMI Brasil é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente”. (<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/>).

ascenderam socialmente: nos primeiros, o gosto pelo que é valorizado é encarado com um dom natural, enquanto que para outros resta a permanente tentativa de conciliar seus gostos de inclinação e de vontade (BOURDIEU, 1997).

Assim como Bourdieu, Thorstein Veblen aborda os hábitos de consumo como fundamentais na questão da comparação social. A diferença entre os dois autores, porém, aparece na ênfase dada ao capital simbólico, muito mais importante na obra do francês. Para Veblen, é o capital material e os objetos acessíveis através dele que se configuram como um marco distintivo entre a classe trabalhadora e a elite, ou classe ociosa, o termo cunhado pelo autor, em *A teoria da classe ociosa* (1987).

O centro da discussão proposta por Veblen aparece no que ele chama de “princípio estrutural da história humana”, onde o status, um conceito fundamental, é avaliado pela distância ou isenção em relação ao trabalho mundano, produtivo. Ou seja, quanto menos tempo um indivíduo dispensa ao trabalho, mais pode dedicar ao lazer, e conseqüentemente ao consumo de produtos relacionados à cultura e ao entretenimento. Surge, então, o termo “consumo conspícuo”, relativo a um desperdício ostentatório de tempo e de bens, consumo este que se vê, que se faz conhecido, e é característico de quem pode se dedicar ao ócio.

Esse desperdício ostentatório, tanto do tempo quando dos objetos, se liga ao cultivo da faculdade estética como forma de se fazer discriminações de gostos. A inutilidade dessas atividades e coisas é necessária para se demonstrar status. “A suposta função ou utilidade de um bem de consumo é desmascarada como mera racionalização, como um “álibi”: o bem é realmente valioso porque indica uma posição social”(SLATER, 2002).

#### **4.2 – Identidade e estilo de vida**

A aplicação do conceito de capital cultural funciona muito bem até o contexto do modernismo, onde a fronteira entre alta e baixa cultura ainda era bastante perceptível, apesar de existirem muitas trocas e tentativas de rupturas entre essas duas esferas. Porém, com o desenvolvimento da crítica pós-moderna, o medo de que a arte de qualidade fosse contaminada pela cultura de massa diminui progressivamente. O ideal de distinção, no entanto, continua a existir, ainda mais fortalecido pela crise de identidade característica das transformações que vêm ocorrendo desde a Modernidade.

Se aquele sujeito das comunidades pré-modernas não existe mais, se os valores, crenças e ideais difundidos não são mais aceitos, os indivíduos buscam uma nova identidade, que não mais lhes é dada no momento do nascimento. É preciso construí-la. Os materiais

disponíveis, porém, são muitos e variados, e para isso colabora o papel da mídia, responsável direta em criar a profusão de tipos com os quais os sujeitos podem agora se *identificar* (GIDDENS, 2002; HALL, 1997, 2003, KELLNER, 2001).

A questão da identidade tem estreita ligação com o estilo de vida, que, como explica Giddens, pode soar um tanto trivial porque hoje em dia é associado a um consumismo superficial, tal como é sugerido pelas revistas de comportamento e pela publicidade. No entanto, utilizo o termo aqui como um “conjunto de práticas que um sujeito adota, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade” (2002).

A questão do estilo de vida surge então a partir do desenvolvimento das sociedades modernas, uma vez que nas tradicionais não existia a possibilidade de construção de um modo de vida diferente daquele que era outorgado. Essa construção se dá desde pequenas escolhas realizadas no dia-a-dia (como os hábitos de vestir, de comer, de conversar, de relacionar-se) até as decisões mais complexas (como a escolha da carreira, casar-se ou não, ter ou não ter filhos, opção sexual).

Se procuro relativizar a total identificação de estilo de vida com consumo, ao mesmo tempo é impossível negar a forte influência exercida por este, principalmente se levarmos em consideração o peso destas práticas e de todas as significações envolvidas com ela no interior de nossa sociedade espetacular, onde, como definiu Debord, não só o “ter” substituiu o “ser”, como já foi ultrapassado pela idéia de “parecer ter”. Ou seja, cada vez mais é a imagem o que interessa, e a imagem é constituída também, e principalmente, através dos artefatos de consumo disponíveis na sociedade.

No primeiro parágrafo da introdução desta pesquisa, cito o uso de camisetas estampadas de determinados filmes *trash* por parte dos fãs em um evento ocorrido em São Paulo. O uso da camisa é mais importante do que pode parecer à primeira vista. Em primeiro lugar, ao usar uma camiseta estampada com um personagem de terror, o indivíduo deixa explícito o seu gênero de *trash* favorito, e isso, como já foi discutido, tem um peso importante dentro desta comunidade. Em segundo lugar, ao usar uma camisa em um evento voltado especificamente para os fãs, o sujeito se credencia como um verdadeiro admirador do gênero, se distinguindo dos possíveis freqüentadores eventuais.

A camisa é a prova material de que o apego a determinado estilo cinematográfico é importante em outras esferas da vida daquela pessoa. Assistir a um filme *trash* não se esgota no momento da fruição, e é isso que se quer mostrar. Muitos sites que comercializam filmes *trash* trabalham também com produtos como camisas e adesivos, e em algumas das

entrevistas realizadas, os fãs revelaram considerar “mais fã” quem além de assistir os filmes, usa roupas e adesivos que explicitam esse gosto.

Ao usar uma camisa que exibe a imagem de divulgação de um filme gore, o sujeito tem como principal objetivo mostrar uma preferência cultural e, em última análise, um estilo de vida fundador de uma identidade. Deixar esse gosto exposto não é uma atitude sem propósito, e como já foi citado, o apreço por artefatos da indústria cultural que não atendem aos padrões morais e às normas de qualidade técnica e artística dominantes não é fato novo, e pode, também, servir como forma de distinção.

### **4.3 – Pós-modernidade e capital subcultural**

A crítica pós-moderna da cultura de massa identificou uma nova configuração das hierarquias do gosto. As trocas entre a alta cultura e a baixa cultura, que vinham ocorrendo desde a Modernidade, tornam ainda mais difícil a identificação da fronteira entre as duas esferas da arte.

É nesse contexto que a autora americana Sarah Thornton propõe o termo capital subcultural. O conceito aparece alinhado ao desenvolvido por Bourdieu, porém focado nas questões de distinção que ocorrem nas subculturas juvenis. O momento de questionamento das estruturas culturais e de seus cânones é propício para que surjam formas alternativas de busca pela distinção, principalmente entre os jovens.

O capital subcultural, nesse sentido, funciona da mesma forma que o cultural, porém é aplicado em situações diferentes, onde o acúmulo de conhecimento não passa necessariamente pela erudição, mas pela desenvoltura ao se lidar com práticas em relação à sociedade de consumo que escapem do comportamento “normal” do público mainstream. Na verdade, assim como na utilização do capital cultural, na ideologia subcultural o principal objetivo é desenvolver uma personalidade e um estilo de vida que torne o sujeito não só diferente da massa, como *superior* a ela (THORNTON, 1995).

### **4.4 – O gosto pelo *trash* como forma de distinção**

Nesta pesquisa, aproximo o conceito capital subcultural da sensibilidade camp. Ou seja, dentro da comunidade de fãs do *trash*, o acúmulo de capital subcultural se dá através de um posicionamento distinto em relação aos mais baixos estratos da cultura de massa. Os artefatos que são julgados pelo público mainstream como “ruins”, “toscos”, “nojentos” e tantas outras

definições negativas, são reapropriados por indivíduos capazes de retirar daquilo algum tipo de fruição diferenciada, que passa a ser não só aceitável, como meritória.

O capital subcultural se manifesta quando fica claro que não é o fato de “gostar” de ou “assistir” a filmes *trash* o que torna alguém diferente das audiências normais, mas a forma com que isso é feito. Para que esse tipo de consumo se enquadre em uma atitude louvável dentro do grupo de conhecedores de *trash*, é preciso que fique explícito a intimidade com a estética, com os modos valorizados, com os gêneros específicos etc.

Assim como no caso do capital cultural, o subcultural apresenta uma de suas nuances na questão da dicotomia entre o que é incorporado e o que é objetivado. Surge, então, a questão do *outsider*, do sujeito que não possui conhecimentos suficientes sobre determinado assunto, mas que frequenta lugares onde esse tipo de conhecimento é valorizado. No caso desta pesquisa, refiro-me especificamente aos fãs de *trash* que são pobres nesse capital subcultural, e por isso ocupam uma posição inferior dentro do grupo, sendo facilmente identificados. O contraste entre os fãs que circulam com maior desenvoltura pelas tênues sensações provocadas por esse tipo de filmes fica evidente em eventos que celebram esse gosto, como fica explícito no depoimento de André, 17 anos, carioca, estudante do ensino médio:

Eu não gosto quando tem exibição pública, ou muito barata, porque aí vai qualquer um, ficam rindo fora de hora, é gente que não entende nada do assunto...

“Qualquer um”, no sentido pretendido por esse fã, é qualquer um que não possua o capital subcultural suficiente para lidar com esse tipo de filmes, ou seja, é preciso ser iniciado em *trash* para poder apreciar o evento de maneira correta. Quem não conhece os códigos internos dessa comunidade de fãs, corre o risco de, por exemplo, “rir na hora errada” e desta forma não só atrapalhar quem está fruindo da maneira certa, como “se entregar”, se declara um *outsider*.

Partindo da idéia de Bourdieu, os novos-ricos se entregam facilmente ao demonstrar despreparo e pouca familiaridade não apenas com os objetos que agora possuem, como com os gostos que agora sentem a necessidade de ostentar.

Dá pra perceber facilmente quando o cara não é da *parada*.... Ele fica com medo de rir na hora errada, fica olhando pros outros, pra saber qual é a reação que tem que ter...Outro dia um camarada fez uma reunião na casa dele pra exibir uns filmes, aí alguém levou um primo



que dizia curtir *trash*. Eu perguntei pro cara quais eram os filmes que ele gostava, aí ele ficou todo enrolado, coitado, nem sabia o que dizer... Eu até fiquei com pena, porque tava na cara que ele não conhecia nada. (Alexandre, 22 anos, carioca, estudante de Engenharia).

“Estava na cara”, literalmente. Bourdieu argumenta que a falta de familiaridade, a ausência de capital cultural fica evidente no próprio comportamento do indivíduo, na maneira como ele age, nos seus movimentos... Quando existe familiaridade com os estilos e gêneros valorizados socialmente, os indivíduos podem manejá-los com desembaraço em qualquer oportunidade. O autor francês trabalha essa questão principalmente em relação à classe média, que por não se sentir segura o suficiente, não consegue relaxar em nenhum momento, agindo sempre como se estivessem testando suas capacidades e conhecimentos a todo instante, como se tudo fosse uma prova de “cultura geral” (BOURDIEU, 1997).

Uma forma interessante de se entender o consumo de produtos *trash* e a utilização do capital subcultural como forma de distinção no interior dessa comunidade de fãs é a questão da intencionalidade. Um filme pode ser *trash* porque o diretor teve a intenção de fazer um filme desta forma, ou porque uma produção levada a sério tem como produto final um filme “péssimo”. Neste caso, defende-se a “pureza” das intenções do realizador, e o filme mais citado como exemplo é *Plan 9 from outer space*, do diretor Ed Wood. Este é um clássico exemplo de filme *trash*, porém, é identificado como um caso onde não existe intencionalidade de ser ruim, a comicidade não é buscada, e, se ocorre, é acidental.

Ed Wood é considerado por muitos cinéfilos o pior diretor de todos os tempos, apesar disso, quando fazia seus filmes, Wood tinha como objetivo produzir um bom filme. Três entrevistados citaram a história de que o diretor considerava *Plan 9 from outer space* o seu *Cidadão Kane*. Wood tenta dar ao filme um ar imponente, o que para muitos o torna ainda mais engraçado. Ao mesmo tempo, falhas grosseiras como cruces que caem no meio de uma cena no cemitério, erros de continuidade em que uma mesma seqüência aparece de manhã e à noite dão um tom mambembe ao filme, o que talvez explique o título de pior produção de todos os tempos, dirigido, não por acaso, pelo pior diretor de todos os tempos.

A questão da intencionalidade é muito importante para que se entenda a própria recepção deste tipo de cinema. A intencionalidade aparece não apenas na codificação, mas, ainda mais decisivamente, na decodificação. Como o foco desta pesquisa é a recepção, não me interessa sobremaneira se Ed Wood tinha, ou não, a intenção de fazer um filme ruim, apesar dos fãs com que tive contato serem unânimes ao afirmarem que não. O que é preponderante é a maneira com que esse filme, usado aqui como um bom exemplo devido ao seu anti-sucesso, é

observado pelos fãs. A própria comicidade, defendida por alguns como o fator principal para o apreço pelo gênero, gera irritação em outros.

Na comunidade “*Trash, Gore e Terror em Geral*”, do Orkut, um membro criou um tópico de discussão intitulado “Quem já riu de um filme de terror?”. A observação do que foi escrito pelos fãs deixa clara essa divergência entre os que gostam do filme pelo que ele é, e os que gostam da experiência da decodificação, ou seja, que extraem prazer ao fazer uma leitura diferenciada dos filmes, através de uma sensibilidade distinta.

No início do tópico, vinte pessoas responderam citando exemplos de filmes que acharam engraçados e explicando o porquê. O vigésimo-primeiro comentário, porém, interrompe o inventário de momentos cômicos vividos em exhibições de filmes de terror. Um fã, identificado como Guilherme, 22 anos, estudante de Comunicação do Distrito Federal, e que foi entrevistado nesta pesquisa, dá seu depoimento:

Acho bem idiota rir em filme de terror. Rir do fred até que vai pois ele é sarcástico e irônico, mas rir no sexta feira 13? puff, odeio playboys que vão ao cinema ver filme de terror e estragam minha diversão, quer rir vai ver american pie, ir ao cinema pra ver filme de terror e rir pra se auto afirmar pra namorada é ridículo. O que sexta feira 13 tem de engraçado? a cara do jason? QUando fui ao cinema ver exorcista, e todo mundo mijando de rir. Da um tempo, aprendam a assistir um filme de terror, pelo menos não atrapalhe quem está querendo entrar no clima do filme. Rir do que o Fred fala é normal, rir do filme é estúpido. sinto muito.”<sup>20</sup> (sic)

Após a divulgação do comentário acima, outros fãs, que aqui indicarei através de números, se manifestaram sobre o assunto<sup>21</sup>:

Eu fiquei com raiva das pessoas que riram em Visões, no cinema. Tirou toda minha consentração do filme. (sic) (Fã 1)

Eu tambem acho que quem fica rindo sem motivo de filmes de terror é abobado e só quer se auto-afirmar. Mas o rapaz ali disse que acha idiotice rir dos filmes da série "Sexta Feira 13"... putz, cara, vamos combinar, mas a série sempre foi palhaçada assumida. Eu rio sim (sic). (Fã 2)

---

<sup>20</sup> Fred, é o personagem Freddy Krugger, do filme A hora do pesadelo. Sexta-feira 13 é uma famosa seqüência de filmes de terror, cujo personagem principal é o psicopata Jason. “Exorcista” trata-se de uma menção ao filme “O exorcista”.

<sup>21</sup> Optei por copiar integralmente os depoimentos, da maneira como foram escritos, para que não houvesse uma mudança no sentido, mesmo que não-intencional. Acredito que pela leitura do embate da forma com que ele foi desenvolvido ajuda a entender mais facilmente o ocorrido do que uma possível tentativa minha de transcrever a situação.

Engraçado????????????? Quase morri de rir assistindo Premonição 3: hauhauhauhauhauh Quase tive um ataque histérico assistindo A caverna Maldita KKKKKKKKKK. (sic) (Fã 3)

Guilherme, então, escreve mais um comentário:

Alguém que tem cabeça e que consegue ver um filme levando a serio não iria rir de sexta-feira 13, o filme pode até ser *trash*.. mas não é ao ponto de alguém dar gargalhadas do filme. talvez o Jason x. Eu acho idiota mesmo esse tipo de colocação bem como o topico. Filme de terror só foi feito pra rir quando tem ironia e sarcasmo. pessoas que vão ao cinema ver um filme de terror pra rir, devia ficar em casa ou devia ir a merda. Coisa mais estúpida.. Fui ver paixão de cristo e teve gente rindo. Não sou cristão e to pouco me lixando pro lado religioso que o filme quis passar, mas não tem nada de engraçado e olha que o final é MUITO trash. Mania de querer ridicularizar tudo. queria ser pateta igual a quem ri desse tipo de filme, talvez eu iria ter uma vida regada a ignorancia e seria mais feliz". (sic)

Guilherme, saiba que não é nada legal você ficar julgando a inteligência dos outros, principalmente a minha. Tenha mais cuidado com o que escreve depois, blz? Opiniões são opiniões e devem ser respeitadas, independente de concordarmos ou não com elas. Eu ri de Sexta-Feira 13, e daí? Já ri (e continuarei rindo) de muitos filmes que se levavam muito a sério e a série Sexta-Feira 13 continuações tem vários momentos de humor involuntário. Tirando Jason X, vai me dizer que você NÃO ri do Sexta-Feira 13: Parte VI?? (sic). (Fã 4)

Apesar da tentativa de dissuasão por parte de alguns membros da comunidade, Guilherme mantém seu discurso a respeito do comportamento dos demais fãs:

Não, não ri. e to nem ai pro que você diz. Julgo mesmo, pois esse tipo de pessoa estraga a diversão de outras e isso é idiota. Qual a graça do Sexta feira 13 parte 6? Qual a graça em qualquer sexta feira 13? a cara do jason deformada? a mascara do jason cheia de bolinhas? Não, não tem graça. Pessoas morrendo da forma que morrem nos filmes não tem graça. Não foi um filme feito pra ser engraçado e não é. Mas foi o que eu falei, um dia vou tentar virar um bobo alegre, quem sabe assim a vida fica melhor (sic).

Outro comentário de Guilherme, depois da argumentação de fãs que consideram filmes como o *Sexta-Feira 13* cômicos:

ermão, eu acompanho esse forum mesmo não postando. Se você gosta de dar risadas ou ir ao cinema e ver nego dando risada em um filme que você está levando a serio, problema é seu (sic)

Quando *Incubus* (1965) foi exibido no cinesesc, durante aquelas sessões com 2 filmes, que começavam 9:30 e acabavam perto das 02:00, muitas pessoas que frequentavam o lugar não eram fãs de cinema e muito menos de terror. Isso pq as sessões eram de graça. Fui em alguns dias, depois não tive mais vontade (sic). (Fã 5)

Guilherme, tu tem certeza que tu não tá sendo chato? Cara, se tu não gosta de rir de algum filme, seja de terror ou não, problema teu. Só tu não tem o direito de ficar apontando na cara dos outros que é errado. Me sinto ridículo tendo que dizer esse tipo de coisa óbvia pra alguém, mas enfim...Porra, mas nem da parte VI tu riu? Ela chega a ser forçadamente "terrificar", foi feita com esse intuito, não é nem involuntário. Eu disse que rio quando ele interrompe um coito porque parece que ele tem uma predileção por isso, haha. E outra coisa, se vai no cinema, não pode reclamar dos outros, quer ver filme sem aguentar a imaturidade alheia, espera em DVD ou baixa por ai. (sic). (Fã 4)

A última participação de Guilherme na discussão, antes do tópico ser apagado pelo criador da comunidade:

Eu sou fã de sexta feira 13 e sei que o Jason fica muito forte depois da parte vi.. mas ninguém ri do super-homem ou do hulk. Não tem graça, o filme não foi feito pra ser engraçado. Rir no cinema é algo que nego faz pra se auto afirmar (eu sou f\*\*\*\*, eu não tenho medo e acho esse cara com o machado na cabeça engraçado.) ??? Mas não vou mais falar nada, pois sou piá e não sei nada de filme de terror. Quem ri é que sabe. Os filmes foram feitos pra isso mesmo". (sic)

A questão “rir ou não rir de um filme *trash*” revela muito mais do que um olhar desinteressado pode captar. Durante as entrevistas realizadas, o tema sempre aparecia e as opiniões variavam muito. De uma maneira geral, existem dois grupos dentro da comunidade de fãs: um defende que filmes *trash* devem ser respeitados como qualquer tipo de filme, ser ruim, ou tosco, como eles gostam de dizer, seria apenas uma característica do filme, assim como o tom “açucarado” seria uma característica de uma comédia romântica.

Esse grupo é minoria, e é mais localizado em fãs de gêneros como gore e exploitation. No tópico Coleta Seletiva, do capítulo 4 apresentei uma descrição mais detalhada sobre os diferentes tipos de filmes *trash*, mas cabe argumentar que os fãs desses subgêneros constituem quase uma comunidade à parte dentro do grupo de fãs de filmes *trash*, para esses, o termo *trash* é restrito a esses estilos, e a visão de que todas as produções audiovisuais que fujam ao padrão corrente são *trash* não é aceita. Durante as entrevistas foi possível notar a forma veemente com que negam, por exemplo, que programas como Chaves e Chapolin ou novelas mexicanas sejam *trash*. Esses, explicam, são só ruins.

Um outro grupo, ampla maioria, acredita que rir de um filme *trash* não só é aceitável como constitui um fim para esse tipo de apreciação, como fica evidente no depoimento de Marcelo, fã carioca de 24 anos, estudante de cinema:

Se eu vou ver um filme podreira, é pra rir! Se eu quisesse ver um filme para elevar meus conhecimentos sobre a sétima arte, para me emocionar, para refletir, eu veria um iraniano, um Fellini... Se for pra ver um filme ruim, é pra me divertir, e é claro que o riso está implícito nisso... Eu acho que quem leva filme *trash* a sério na verdade não entendeu a “alma do negócio”...

A “alma do negócio”, que aparece de diferentes formas na argumentação de todos os fãs com quem entrei em contato, é a sensibilidade distinta através da qual um filme ruim pode ser visto, ou seja, a “alma do negócio” é não levar a sério a fruição de um produto *trash*, é rir da própria decodificação, do inusitado de estar assistindo a um filme onde o ator principal é gago, ou em que uma geladeira é serial killer<sup>22</sup>. Os fãs que não enxergam esse lado cômico destes filmes são vistos com bastante ressalvas pelos aficionados que admitem adotar o camp, apesar de não usarem esse termo, como mediação no consumo.

Uma análise do discurso de Marcelo revela uma intenção de demonstrar o conhecimento de gêneros valorizados de cinema, a posse de capital cultural, além do subcultural. Esse tipo de atitude ficou evidente na maioria das entrevistas que realizei. Um caso, no entanto, chama a atenção pelo exagero no propósito de mostrar erudição. As perguntas feitas durante a entrevista com Gabriel, de 29 anos, pós-graduando na área de “novas tecnologias on-line (sic)”, foram muito parecidas com as realizadas durante as demais, perguntas relativamente simples, tais como “como você entrou em contato com filmes *trash*?”, “como um filme precisa ser para que seja considerado *trash*?”, “como seus amigos que não gostam do estilo reagem ao seu gosto?” etc.

Nas respostas, porém, Gabriel faz uma análise sobre a produção do circuito comercial de cinema norte-americano, música massiva brasileira, a nova onda do anglicanismo, a informática e sua evolução, o poder das indústrias culturais, o capitalismo selvagem, o homem *metrosexual* e *übbbersexual*, faz analogias filosóficas em relações a alguns filmes *trash*, menciona Shakespeare e Freud, e faz citações em italiano, inglês, francês e latim.

A busca pelo reconhecimento da “cultura geral” e conhecimento foi exagerada nesse caso, tornando difícil, inclusive, a obtenção de respostas para o que tinha sido verdadeiramente perguntado. Em geral, os admiradores do cinema *trash* são familiarizados

---

<sup>22</sup> No orkut, a comunidade que reúne apreciadores do filme *A geladeira diabólica* conta com 848 membros.

com os filmes considerados cânones do cinema, filmes respeitados. A junção que fazem da cultura da elite com os artefatos mais baixos da cultura de massa, mostra, porém, que a política de estratificação social e do gosto no paracinema é mais complexa que uma simples divisão entre *low* e *high brow* (SCONCE,1995:372).

Encarar o consumo *trash* como uma prática subversiva no sentido de questionar o mercado cinematográfico não se configura como um dos objetivos desta pesquisa, no entanto, essa idéia apareceu algumas vezes nos conteúdos das respostas. Os estudos norte-americanos feitos entre fãs ligados à área acadêmica sugerem que a retórica do paracinema sugere uma batalha entre a “guerrilha” dos fãs de filme cult e o exército de elite formado pelos supostos formadores de gosto do cinema. Assim, a audiência do paracinema gosta de se ver como uma força contestadora no mercado intelectual e cultural (SCONCE, 1995).

Os fãs de *trash* não reagem bem quando questionados sobre os rótulos com os quais são associados, no entanto, não poupam esforços ao enquadrar o público mainstream em categorias não muito aprazíveis. Segundo eles, quando alguém assiste aos programas de João Kleber e Luciana Gimenez porque acha bom, comete-se um verdadeiro atentado à inteligência, ao bom senso. Assistir para rir, no entanto, é louvável, mesmo que essa fruição aconteça com o indivíduo sozinho em casa, sem ter ninguém a quem mostrar seu lado “zombador”.

Umberto Eco, na introdução do livro *Os movimentos pop*, argumenta que o surgimento da sensibilidade *camp* caiu como uma luva entre a intelectualidade que sempre teve vontade de se entregar aos prazeres da cultura de massa e de seus símbolos sedutores, mas não o fazia por constrangimento e medo dos julgamentos a que seriam submetidos. Com o *camp* tornou-se possível usufruir tudo o que a indústria cultural tem a oferecer, mantendo-se um posicionamento diferenciado em relação aos demais consumidores. Todos os intelectuais que sempre tiveram vontade de conhecer Las Vegas e curtir todo o espetáculo envolvido nessa experiência, agora o faziam porque “adotaram um posicionamento *camp*” em relação à cidade (1979).

Acredito que o mesmo tipo de raciocínio pode ser feito em relação ao consumo de produtos *trash*. Até que ponto a justificativa do olhar diferenciado não encobre uma genuína atração por produtos ruins? Programas de televisão como os citados exploram sensações básicas do ser humano, o apelo ao patético, à emoção, ao riso fácil... Tais atributos são capazes de envolver diferentes públicos, basta que haja uma disposição de se “aceitar” o que se está vendo. Uma “pegadinha” onde as pessoas se dão mal causa riso na maioria das pessoas sem que seja necessário adotar-se nenhum tipo de sensibilidade distinta, afinal “nenhum ser

humano está livre de sentir uma estranha sensação de satisfação quando acontece uma desgraça com o seu próximo”, como afirma Dostoievski em *Crime e Castigo*. Ou será que existe uma grande diferença entre um depoimento emocionado de uma celebridade abatida por uma tragédia pessoal e um acidente fatal exibido em um *shockmentary*?

No caso do consumo de *trash*, usar uma justificativa como o *camp* para encobrir o gosto revela uma atitude elitista, uma busca pela distinção em relação ao público mainstream, o que revela, inclusive, e fortemente, uma vontade de distinção social. Não raro foram proferidos comentários classistas durante as entrevistas, do tipo “minha empregada é que ouve essas porcarias, isso não é *trash*, é brega”, ou declarações similares feitas em relação a nordestinos ou pessoas pobres.

## 5– O fã de cultura *trash*: dândi pós-moderno ou nerd escatológico?

Como foi exposto no capítulo dois, existem diversas conceituações, na maioria das vezes estereotipadas, para a imagem do fã. Se este tipo de abordagem pode ser percebido em fãs de uma maneira geral, no caso do fã de cultura *trash* os rótulos e pré-julgamentos aparecem ainda mais claramente. Uma das perguntas que fiz aos entrevistados foi a respeito da maneira como eles acham que são vistos pelas pessoas que não fazem parte desse tipo de consumo. As respostas variaram em torno de definições como *nerd*, nojentos (para os fãs de escatologias e gêneros mais violentos como *gore* ou *exploitation*), pessoas de mau gosto, malucos etc.

É interessante notar que mesmo dentro da comunidade de fãs existem certos estereótipos difundidos. Os fãs de tosqueira, por exemplo, acham que os fãs de ficção científica com seus *fan films* são “um bando de *nerds*”, como no seguinte depoimento de Bernardo, 26 anos, formado em Jornalismo, morador do Rio de Janeiro :

Rolam os chamados Fan Fictions que são filmes de fãs nerds que querem produzir seu próprio Star Wars. Lógico que os filmes são toscos, mas aí acho que é mais nerdice do que qualquer outra coisa.(sic)

Os tipos mais criticados pelos próprios fãs são os admiradores de escatologias ou violência exagerada, como a exibida em alguns *shockmentaries*. Para esses, os rótulos são mais pesados, e muitas vezes identificados com patologias e desvios psicológicos. A imagem dos “nerds escatológicos” seria próxima da difundida a respeito do fã “obsessivo”, um indivíduo solitário, propenso a atos de violência e com distúrbios mentais. Isso só deixa claro que mesmo entre pessoas que aparentemente não ligam para certos tipos de pré-conceitos existe uma hierarquia interna de gosto. Até para o lixo há limites e parâmetros a serem seguidos.

Somente dois entrevistados se declararam fãs desse tipo mais “polêmico” de *trash*. Um deles afirmou que gosta de escatologia (filmes eróticos que misturam cenas de sexo com outras funções fisiológicas, por exemplo) porque acha “muito bizarro”... E quanto aos filmes que exploram cenas com cadáveres, ele acha muito normal, “afinal, todos nós seremos um, um dia”. Quando eu perguntei, porém, se ele gostaria que o corpo dele fosse a estrela de um *shockmentary* no futuro, a resposta foi “acho que não, né?”. De uma maneira geral, as respostas dadas por esses dois entrevistados seguiram a mesma linha dos demais, não havendo nenhuma diferença expressiva entre esses fãs e os demais admiradores de “lixo”. Os dois



estudam, têm amigos que não compartilham o mesmo gosto, assistem a outros estilos de filme... Imagem bem diferente da que os outros entrevistados têm deles.

Se em um extremo das representações do fã de *trash* está o “nerd escatológico”, no outro está a imagem do “dândi pós-moderno”. A figura do dândi é representada por aquele sujeito que prega uma vida de aparência, que se impõe, não necessariamente por seu talento, mas por uma capacidade quase inata de lidar com os elementos à sua volta. Tradicionalmente ligado ao bom gosto (do qual era um árbitro, assim como das boas maneiras da sociedade que o cercava), aqui o utilizo através de uma adaptação do conceito à chamada pós-modernidade (BOLLON, 1993).

O dândi pós-moderno seria, então, identificado como aquele sujeito que possui capital cultural o suficiente para transitar pelo consumo *trash* com um ar superior, de quem pode se dar ao luxo de consumir certas “porcarias”, porque o faz de maneira distinta. Esse tipo já foi discutido no capítulo anterior, que trata da distinção cultural no interior da comunidade de fãs do paracinema.

O termo surge em correspondência com o que Susan Sontag desenvolveu em suas *Notas sobre o camp*. Nelas, a ensaísta defende que o camp é a resposta ao problema de como ser um dândi na era da cultura de massa. Antigamente o dândi era excessivamente cultivado, rico em capital cultural, sua postura era o desdém, buscava sensações não-corrompidas pela apreciação popular, e dedicava-se ao bom gosto. No novo dandismo, o conhecedor do camp se entrega a prazeres mais criativos. “O simples uso não corrompe os objetos de seu prazer, desde que ele aprenda a possuí-los de uma maneira rara” (1987).

Assim, o “dândi pós-moderno” pode, por exemplo, assistir a um filme péssimo e extrair disso uma sensação de superioridade em relação à massa de espectadores, porque “o faz de maneira rara”. Esse tipo de posicionamento o habilita a transitar por todas as esferas de cultura, sem correr o antigo risco de contaminação a que estavam expostos os cultivados do pré-modernismo.

## 6 – Conclusão

Grande parte dos trabalhos acadêmicos realizados nos últimos anos se desenvolve sob a problemática teórica de se evitar o maniqueísmo representado pelos dois discursos conflitantes a respeito da cultura de massa. O primeiro seria a crítica tradicional – cuja representação máxima é o trabalho desenvolvido pela Escola de Frankfurt –, normalmente julgada como elitista por propor a manutenção de uma fronteira clara entre alta e baixa cultura, ou, em outros termos, entre a cultura da elite e a cultura da massa.

O segundo discurso aparece quando a crítica pós-moderna sobre a nova configuração das hierarquias do gosto se apresenta, e alguns teóricos empreendem um processo de, ao tentar se distanciar do discurso frankfurtiano, incitar uma celebração da cultura de massa. Ou seja, em vez de uma quebra nas hierarquias, o que se deu de fato foi uma inversão na escala de gostos, com a cultura de massa ocupando um lugar de destaque que antes era privilégio da cultura erudita.

No entanto, é importante ressaltar que o gosto e suas hierarquizações são construídos socialmente, por isso é compreensível que em meio ao temor causado pela disseminação de governos totalitários na Europa, pensadores da cultura se referissem à comunicação de massas e seus produtos ulteriores como nocivos e indesejáveis, característica da crítica moderna da cultura da mídia.

Da mesma forma, os integrantes dos Estudos Culturais que são acusados de propor um posicionamento populista em relação à cultura de massa representam uma parcela da intelectualidade de esquerda que em um determinado momento histórico achou por bem valorizar o tipo de cultura fruído pelos trabalhadores. A mesma classe que então era vista como possível solução para os problemas sociais deveria ser considerada capaz de, no mínimo, subverter os significados impregnados nos artefatos culturais.

Assim, a contemporaneidade, que pode ser caracterizada, também, como pós-utópica, é um momento propício para que os que se dedicam a pensar a Comunicação busquem um caminho alternativo, uma terceira via, na condução de estudos a respeito do consumo cultural. Penso que minha pesquisa se insere nessa conjuntura, por isso tentei, ao longo desta monografia, apresentar o início de uma discussão que pretendo desenvolver a respeito da fruição de produtos *trash*, e que evite considerar o fã tanto como o dândi pós-moderno quanto o *nerd* de mau gosto dado à escatologia ou obscenidade.

Ou seja, minha intenção é fugir da caracterização dos fãs de *trash* tanto como consumidores dotados de muitos poderes no processo comunicacional, que conseguem

realizar uma decodificação oposicionista, quanto como receptores passivos, que se aproximariam de uma leitura dominante, mesmo porque, quando Stuart Hall argumentou a respeito das três formas de decodificação, está explícito que na maioria dos casos o que se vê é a decodificação através do código negociado. A tendência de atribuir demasiada força ao código oposicionista constitui-se, por isso, em uma atitude verificada principalmente entre alguns autores da segunda e terceira gerações dos Estudos Culturais, à revelia do que foi desenvolvido pelo próprio Hall (2001).

Assim, ao mesmo tempo em que não considero o consumo de *trash* uma atitude meritória, que seja digna de admiração, não atribuo ao fã do gênero nenhum tipo de desvio social ou patológico.

A partir dessa concepção sobre a recepção e da nova abordagem dedicada aos fãs, procurei responder algumas questões a respeito das práticas e motivações pessoais verificadas no interior da comunidade de fãs do “lixo cultural”. O culto a artefatos identificados com os mais baixos estratos da cultura de massa pode revelar bastante sobre quem os cultua e sobre as táticas de distinção que ficam evidentes nesse consumo, afinal, como argumentou Bourdieu, “o gosto classifica, e classifica o classificador” (BOURDIEU, 1997).

Mais do que um simples inventário dos padrões de consumo do *trash*, o que pretendi construir ao longo de minha pesquisa foi uma apreciação das formas de aplicação do capital subcultural e da maneira como se dá a busca por distinção social dentro de um consumo cultural atravessado por uma sensibilidade estética distinta. Acredito que esse processo é de incontestável relevância para a compreensão da dinâmica atual da cultura da mídia.

Entender a fruição do *trash* demanda um esforço no sentido de aceitar os novos suportes oferecidos pela tecnologia digital e pela Internet como marcos decisivos no consumo midiático e compreender que as estratégias de distinção cultural através do *mau gosto* podem se dar de maneira mais sutil do que vinha ocorrendo até então, quando os grupos *underground* faziam questão de explicitar na própria maneira de se vestir a não-concordância com os cânones vigentes. Assim, o fã de cultura *trash* pode passar despercebido, restando, na maioria dos casos, à decodificação e a seus usos a aplicação do capital subcultural e das práticas distintivas no interior de uma classe e no contexto da sociedade de uma maneira geral.

Os produtos das indústrias culturais se apresentam cada vez mais como elementos fundadores de um estilo de vida, processo de importância crescente na formação de identidades individuais. A análise da apreciação de produtos *trash* e sua utilização como etapa

fundamental na delimitação de um estilo de vida pode, desta forma, trazer interessantes contribuições para uma reflexão mais ampla sobre a cultura e a sociedade contemporâneas.

Ao propor uma verificação de como ocorrem, na prática, as apropriações por parte dos fãs de produtos disseminados de maneira cada vez mais intensa pelos meios de comunicação, procuro contribuir para os futuros estudos que busquem entender as sutilezas do processo de reciclagem cultural, onde o “lixo”, devidamente processado, pode se transformar em valioso capital. Assim, pode ser possível a compreensão da lógica que move, por exemplo, Baudelaire, ao afirmar, em *Meu coração desnudado*, que “o que há de inebriante no mau gosto é o prazer aristocrático de desagradar”.

## 7 – Referências

- ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural – o Iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, Luiz Costa (org.), *Teoria da cultura de massa*, p. 159-204. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- ANG, Ien. *Watching Dallas – soap opera and the melodramatic imagination*. New York: Methuen & Co., 1985.
- BINKLEY, Sam. Kitsch as a repetitive system. *Journal of material culture*, vol. 5, nº 2, p.131-152, 2000.
- BOLLON, Patrice. *A moral da máscara: Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc.* Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.  
 \_\_\_\_\_. Entrevista a Cyril Huvé. *Le Monde de la musique*. Dez. 1978, p.122-135.  
 \_\_\_\_\_. *La distinction – critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1997.  
 \_\_\_\_\_. A metamorfose dos gostos. In: *Questões de sociologia*, p. 127-135. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- CARTMELL, Deborah et al. *Trash aesthetics: popular culture and its audience*. London: Pluto Press, 1997.
- CURI, Pedro Peixoto. Luz, Câmera e a Ação dos fãs: *fan films* e produção cultural. Monografia de final de curso. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. Julho de 2005.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.  
 \_\_\_\_\_. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1977.  
 \_\_\_\_\_. Introdução. In: ÁRIAS, M<sup>a</sup> José Rague. *Os movimentos pop*, p.7-14. Rio de Janeiro: Salvat, 1979.
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1997a.  
 \_\_\_\_\_. *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, 1997b.
- FISKE, John. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, Lisa (ed.). *The adoring audience*, pg. 30-49. London, New York: Routledge, 2001.

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. *ECO-PÓS*, vol. 6, nº1, p. 72-97, 2003.

\_\_\_\_\_. Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político. *Contemporanea*, vol. 3, nº 1, p. 143-172, 2005.

FREIRE FILHO, João & HERSCHMANN, Micael. As culturas jovens como objeto de fascínio e repúdio da mídia. In: ROCHA, Everardo et al. (orgs) *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2006a (no prelo).

FREIRE FILHO, João & FERNANDES, Fernanda Marques. Jovens, espaço urbano e identidade: reflexões sobre o conceito de cena musical. In: FREIRE FILHO, João e JANOTTI JÚNIOR, Jeder (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*, p. 25-40. Salvador: EDUFBA, 2006b.

FREIRE FILHO, João et al. Apropriações indébitas? Uma análise do circuito cultural dos *fan films*. In: FREIRE-MEDEIROS, Bianca e VAZ da COSTA, Maria Helena Braga (orgs.). *Imagens marginais*. Natal: EDUFRN, 2006c.

GELDER, Ken & THORNTON, Sarah (eds.). *The subcultures reader*. London: Routledge, 1997.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GREENBERG, Clement. Entrevista concedida a Saul Ostrow. *Avant-garde and kitsch, fifty years later*. *Arts Magazine*, p. 56-57, dec. 1989.

\_\_\_\_\_. Vaguarda e Kitsch. In: *Clement Greenberg e o debate crítico*, p. 121-131. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

HALL, Stuart. *Identidade cultural*. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1997.

\_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HAWKINS, Gay. Taste. In: BENNET, Tony et al. (eds.). *New keywords: a revised vocabulary of culture and society*, p. 380-382. Oxford: Blackwell, 2005.

HILLS, Matt. *Fan cultures*. London, New York: Routledge, 2002.

HUYSSSEN, Andreas. Mapeando o pós-moderno In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. *Pós-modernismo e política*, p.15-80. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

\_\_\_\_\_. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.

JAMESON, Fredric. Periodizando os anos 60. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.), *Pós-modernismo e política*, p. 81-126. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

\_\_\_\_\_. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, Ann (org.), *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*, p. 25-44. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Rd, 1993.

\_\_\_\_\_. *Pós-modernismo – a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.

JANCOVICH, Mark. Cult fictions: cult movies, subcultural capital and the production of

cultural distinctions. *Cultural Studies*, p. 306-322, 2002.

JENKINS, Henry. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. London, New York: Routledge, 1992.

JENSON, Joli. Fandom as pathology : the consequences of characterization. In : LEWIS, Lisa (ed.). *The adoring audience*, pg. 9-29. London, New York: Routledge, 2001.

KATZ , Ephraim. *The International Film Encyclopedia*. London: Macmillan, 1979.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MARTINEZ, Roger. Cultura viva: entrevista com Paul Willis. *Tempo social*, São Paulo, v. 17, n°2, p.301-321, 2005.

MATTELART, Michèle & MATTELART, Armand. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

MATTELART, Armand & NEVEU, Érik. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Parábola, 2004.

MCGILLIS, Roderick. Coprophilia for kids: the culture of grossness. In: MOLLON, Kerry & PEARCE, Sharyn (eds.). *Youth cultures – texts, images and identities*, p. 181-196. London: Prayer, 2003.

MERQUIOR, José Guilherme. Kitsch e antikitsch – arte e cultura na sociedade industrial. In: *Formalismo e tradição moderna – o problema da arte na crise da cultura*. Rio de Janeiro: Forense, 1974.

MIRA, Maria Celeste. *Circo eletrônico –Silvio Santos e o SBT*. São Paulo: Loyola, 1995.

MOLES, Abraham. *O kitsch: a arte da felicidade*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. Entre a patologia e a celebração: a questão do fã em uma perspectiva histórica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM. \_\_\_\_\_ . Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs. *ECO-PÓS*, vol. 8, n°1, p. 42-56, 2005.

MUGGLETON, David. *Inside subculture: the postmodern meaning of style*. Oxford: Berg, 2000.

MUGGLETON, David & WEINZIERL, Rupert (eds.). *The post-subcultures reader*. Oxford: Berg, 2003.

NIKUNEN, Kaarina. Dangerous emotions? Finnish television fans and sensibilities of fandom. Disponível em: <http://www.utu.fi/hum/mediatutkimus/affective/nikunen.pdf>. Acesso em 31 jul. 2004.

OLALQUIAGA, Celeste. *Megalópoles: sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

O'SULLIVAN, Tim et al. *Key concepts in communication and cultural studies*. London: Routledge, 1994.

PADVA, Gilad. Priscilla fights back: the politicization of camp subculture. *Journal of Communication Inquiry*, p. 216-243, 2000.

PIGNATARI, Décio. *Informação, comunicação, linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 1970.  
\_\_\_\_\_. *Signagem da televisão*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

REDHEAD, Steve. *Subcultures to clubcultures: an introduction to popular cultural*. Oxford: Blackwell, 1997.

ROSENBERG, Harold. Cultura pop: a crítica kitsch. In: *A tradição do novo*, p.191-198. São Paulo: Perspectiva, 1974.

SANDVOSS, Cornel. The dominant discourse of resistance. In: *Fans: the mirror of consumption*, pg. 28-43. Cambridge: Polity Press, 2005.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa – projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTOS, Lidia. *Kitsch tropical: los medios en la literatura y el arte en América Latina*. Madrid: Iberoamericana, 2001.

SCONCE, Jeffrey. “Trashing” the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. *Screen*, vol. 36, p.371-393, 1995.

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

SONTAG, Susan. Notas sobre o camp. In: *Contra a interpretação*, p. 318-337. Porto Alegre: L&PM, 1987.

\_\_\_\_\_. Uma cultura e a nova sensibilidade. In: *Contra a interpretação*, p.338-350. Porto Alegre: L&PM, 1987.

STOREY, John. *Cultural studies and the study of popular culture – theories and methods*. Athens: University of Georgia Press, 1996.

\_\_\_\_\_. *Inventing popular culture: from folklore to globalization*. Oxford: Blackwell, 2004.

STRINATI, Dominic. *Cultura popular: uma introdução*. São Paulo: Hedra, 1999.

THORNTON, Sarah. *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Oxford: Polity, 1995.

VEBLÉN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Abril Cultural, 1987.